

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN,  
PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE  
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)**

**Dina Gledis Yovana  
Abdul Kadir**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia  
Jl. Brigjen H. Hasan Basry No. 9-11 Banjarmasin

**Abstract:** This study aims to examine empirically the effect of firm size, firm growth, profitability, and leverage to corporate social responsibility (CSR) disclosure. The population in this study are the companies include in the LQ45 index listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2014-2017. The data used in this research are financial statements, annual reports, and sustainability report published on <http://www.idx.co.id> and corporate website. The total population of this study is 45 companies. Sample selection was done by purposive sampling method and obtained 12 companies that fit the criteria. Hypothesis testing studies conducted by multiple linear regression analysis by using Statistical Product and Service Solution (SPSS) program version 23. The results showed that partially firm size has a significant positive effect on the Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure, leverage has a significant negative effect on the Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure, while firm growth and profitability have no significant effect on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure.

**Keywords:** firm size, growth size, profitability, leverage, corporate social responsibility (CSR) disclosure

## **PENDAHULUAN**

Pada umumnya setiap perusahaan memiliki tujuan untuk mendapatkan laba semaksimal mungkin. Tetapi dalam mencapai tujuannya, perusahaan seringkali kurang memperhatikan dampak sosial dan lingkungan yang timbul akibat dari kegiatan bisnisnya. Misalnya, terjadinya penggundulan hutan, tercemarnya air karena limbah, polusi udara dan kerusakan lainnya yang mana pada akhirnya dapat mengganggu kehidupan masyarakat. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan upaya yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan untuk lebih-meningkatkan perhatiannya terhadap masalah lingkungan dan sosial dalam kegiatan bisnisnya dan sebagai bentuk interaksi per-

sahaan dengan para *stakeholdernya*. CSR juga dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja bersama para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, dan masyarakat sekitar untuk meningkatkan kualitas kehidupan (Sunaryo dan Mahfud, 2016). Melalui CSR perusahaan diharapkan untuk tidak hanya berpijak pada *single bottom line* (*Economic*), yaitu hanya pada nilai perusahaan berupa *profit*, namun juga harus berpijak pada *triple bottom lines* (*Economic, Social, and Enviromental*), yaitu masalah sosial dan lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya tidak hanya mengejar keuntungan dalam hal finansial saja, namun juga harus berperan untuk

membangun sosial ekonomi yang menyeluruh dan berkelanjutan.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR. Salah satunya adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Pada umumnya perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Hal ini disebabkan karena perusahaan besar adalah emiten yang banyak disoroti oleh publik, pengungkapan yang lebih luas akan mengurangi biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. (Sembiring, 2006).

Pertumbuhan perusahaan juga termasuk salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Munsaidah, Andini, dan Supriyanto, (2016) mengatakan bahwa dalam menanamkan investasinya, para investor akan melakukan beberapa pertimbangan salah satunya adalah dengan melihat tingkat pertumbuhan perusahaan. Karena melalui pertumbuhan tersebut, investor dapat melihat tingkat kinerja keuangan suatu perusahaan. Perusahaan yang tingkat pertumbuhannya tinggi berarti memiliki kesempatan untuk memberikan profitabilitas yang tinggi juga dimasa depan.

Faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah profitabilitas dan *leverage*. Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham. Sari (2012) menyatakan bahwa tingkat profitabilitas yang tinggi menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosialnya dan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas.

*Leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aset perusahaan dibiayai dengan utang. Sunaryo dan Mahfud (2016) menyebutkan bahwa per-

sahaan yang memiliki tingkat rasio *leverage* yang tinggi akan berusaha untuk tidak melaporkan CSR, hal ini dilakukan agar perusahaan dapat menghemat biaya, karena dibutuhkan biaya yang besar untuk melakukan kegiatan dan pengungkapan CSR.

Teori *Stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan adalah entitas yang tidak hanya beroperasi guna kepentingannya sendiri melainkan juga harus memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan atau *stakeholdernya*, yaitu investor, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lainnya (Chariri, 2008).

Teori legitimasi menyatakan bahwa entitas secara berkelanjutan mencoba untuk meyakinkan bahwa setiap aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan batas-batas dan norma masyarakat yang berlaku di tempat perusahaan beroperasi. Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh perusahaan merupakan tindakan yang diharapkan atau sesuai dengan norma, nilai, kepercayaan, dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995, dalam Purwanto 2011).

### **Corporate Social Responsibility (CSR)**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan secara sukarela untuk-meningkatkan perhatiannya terhadap masalah lingkungan dan sosial dalam kegiatan bisnisnya dan sebagai bentuk interaksi perusahaan dengan para *stakeholdernya*. CSR juga dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja bersama para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, dan masyarakat sekitar untuk meningkatkan kualitas kehidupan (Sunaryo dan Mahfud, 2016). Dengan adanya CSR perusahaan tidak lagi berpijak pada *single bottom line* saja, tetapi *triple bottom lines* (Mandaika dan Salim, 2015). Ada 3 elemen penting CSR dalam konsep *triple bottom line*, yaitu:

1. Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap *profit*, yaitu untuk meningkatkan pendapatan perusahaan.
2. Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap *people*, yaitu untuk memberikan kesejahteraan bagi karyawan dan masyarakat.
3. Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap *planet*, yaitu untuk menjaga kelestarian alam tempat perusahaan beroperasi.

Menurut Carrol (1999 dalam Purwanto, 2011) konsep CSR memuat komponen-komponen sebagai berikut:

#### 1. *Economic Responsibilities*

Perusahaan mempunyai tanggung jawab dalam bidang ekonomi, yaitu untuk menjaga keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang dan meningkatkan kesejahteraan bagi para investor. Selain itu, perusahaan juga memiliki tanggung jawab kepada kreditor yaitu untuk menjamin bahwa perusahaan dapat membayar pinjaman beserta bunganya. Tanggung jawab perusahaan dalam bidang ekonomi merupakan salah satu syarat yang membuat perusahaan dapat melaksanakan tanggung jawabnya yang lain, seperti tanggung jawab legal, etis, dan kemitraan.

#### 2. *Legal Responsibilities*

Perusahaan mempunyai kewajiban untuk mematuhi peraturan yang berlaku dan melakukan kegiatan operasional sesuai dengan peraturan perundangan.

#### 3. *Ethical Responsibilities*

Perusahaan mempunyai kewajiban untuk melakukan kegiatan operasional sesuai dengan norma sosial dan etika yang berlaku, yang bertujuan untuk memenuhi standar, norma, dan harapan *stakeholder* kepada perusahaan.

#### 4. *Philanthropic Responsibilities*

Perusahaan mempunyai tanggung jawab bukan hanya kepada investor namun juga kepada masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Perusahaan merupakan pihak yang memanfaatkan sumber daya untuk memperoleh keuntungan, sedangkan masyarakat merupakan pihak yang menanggung akibat negatif dari pemanfaatan sumber daya ter-

sebut. Oleh karena itu, perusahaan harus menyisihkan sebagian dari keuntungannya untuk kesejahteraan masyarakat, perbaikan kerusakan yang ditimbulkan, dan lain-lain. Mathews (1995, dalam Sembiring 2006) menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial atau *social disclosure* atau *corporate social responsibility disclosure* adalah proses mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan yang terjadi akibat dari aktivitas ekonomi perusahaan terhadap pihak-pihak yang berkepentingan dan terhadap masyarakat keseluruhan.

#### Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dinilai dengan melihat total penjualan, total nilai aset, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja, dsb. Semakin besar nilai dari item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Semakin besar nilai aset perusahaan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan tersebut dikenal oleh masyarakat (Hilmi dan Ali, 2008 dalam Wardhani, 2018).

#### Pertumbuhan perusahaan (*growth*)

Pertumbuhan perusahaan (*growth*) merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya. Karena melalui pertumbuhan tersebut, investor dapat melihat tingkat kinerja keuangan suatu perusahaan. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi berarti memiliki kesempatan untuk memberikan profitabilitas yang tinggi juga dimasa depan (Munsaidah, Andini, dan Supriyanto, 2016).

#### Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham (Hanafi dan Halim, 2016). Rasio profitabilitas dapat dijadikan alat untuk mengukur tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan dari laba yang dihasilkan melalui penjualan dan

pendapatan investasi. Dengan menggunakan rasio profitabilitas perusahaan dapat mengetahui seberapa efisiennya perusahaan (Kasmir, 2016).

### Leverage

Menurut Kasmir (2016) *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aset perusahaan dibiayai dengan utang. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi dalam membiayai asetnya akan memiliki ketergantungan yang besar kepada pinjaman dari luar. Sedangkan perusahaan yang tingkat *leveragenya* lebih rendah, kurang bergantung pada pinjaman dari luar karena perusahaan menggunakan modal sendiri dalam membiayai asetnya (Purnasiwi dan Sudarno, 2011 dalam Wahyuningsih dan Mahdar, 2018).

## METODE PENELITIAN

### Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu, penelitian yang analisisnya lebih fokus pada data numerikal (angka) yang diolah dengan menggunakan metode statistika. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis dan menjelaskan hubungan antar variabel-variabel yang diteliti, yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* sebagai variabel independen dan pengungkapan CSR sebagai variabel dependen.

### Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Sumber data dalam penelitian ini berupa laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan keberlanjutan perusahaan index LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017, yang diperoleh dan diunduh melalui website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan website masing-masing perusahaan.

### Populasi dan Teknik Pengambilan Data

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan index LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2017, yang berjumlah sebanyak 45 perusahaan. Sampel ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Masuk dalam LQ45 selama 4 tahun berturut-turut pada tahun 2014-2017;
2. Perusahaan mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan yang lengkap dan berturut-turut di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2014-2017;
3. Perusahaan tidak mengalami kerugian selama tahun 2014-2017;
4. Perusahaan menerbitkan laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*) selama tahun 2014-2017.

### Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

#### Variabel dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Standar pengungkapan CSR yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada standar GRI (*Global Reporting Initiative*) G4. Dalam standar GRI G4 indikator kinerja dibagi menjadi 3 kategori, yaitu: Ekonomi, lingkungan, dan sosial. Kategori sosial terdiri atas 4 sub-kategori, yaitu: praktik tenaga kerja dan pekerjaan, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk. Kemudian, ke-3 kategori tersebut dibagi lagi menjadi 91 item pengungkapan. Pendekatan untuk menghitung indeks pengungkapan pertanggungjawaban sosial menggunakan variabel dummy, yaitu dengan memberikan angka 1 untuk item yang diungkapkan oleh perusahaan, dan angka 0 untuk item yang tidak diungkapkan. Setelah itu skor dari setiap item dijumlahkan sehingga diperoleh total keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social*

*Responsibility Disclosure Index-CSRDI* adalah sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRDI<sub>j</sub>: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n<sub>j</sub>: jumlah item untuk perusahaan j

X<sub>ij</sub>: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item I tidak diungkapkan

### Variabel independen

Variabel Independen dalam penelitian ini terdiri dari ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*.

#### 1. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan indikator pengukuran logaritma natural (total aset) sebagai perhitungan ukuran perusahaan. Pengukurannya dapat dituliskan dengan rumus sebagai berikut :

$$SIZE = \ln(\text{Total Aset})$$

#### 2. Pertumbuhan Perusahaan

Menurut Sari (2012 dalam Indraswari dan Mimba, 2017) pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari pertumbuhan penjualan perusahaan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini pertumbuhan perusahaan diukur menggunakan rumus:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan}_t - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}}$$

Keterangan:

Penjualan<sub>t</sub> : Penjualan bersih periode tahun berjalan

Penjualan<sub>t-1</sub> : Penjualan bersih periode tahun sebelumnya

#### 3. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (*profit*) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham. Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur menggunakan *Return*

*on Asset* (ROA), yaitu diperoleh dengan membandingkan Laba bersih setelah pajak dengan Total Aset.

#### 4. *Leverage*

*Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang. Dalam penelitian ini, *leverage* diukur menggunakan *Debt to Asset Ratio* (DAR), yaitu diperoleh dengan membandingkan total hutang dengan total aset.

### Teknik Analisis Data

#### Analisis statistik deskriptif

Analisis statistik Deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan data dari semua variabel yang akan dimasukkan dalam model penelitian, yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, nilai maksimum, nilai minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness.

#### Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang wajib dilakukan pada analisis regresi linear berganda. Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah data telah memenuhi asumsi klasik yang ditetapkan dan untuk menghindari terjadinya pembiasan. Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi.

#### Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi Berganda (*Multiple Regression Analysis*). Penelitian menggunakan analisis linear berganda karena variabel independen dalam penelitian ini lebih dari satu. Model regresi linier berganda dalam penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Pengungkapan CSR

a = Konstanta

b<sub>1,...,4</sub> = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Ukuran perusahaan

X<sub>2</sub> = Pertumbuhan perusahaan

X<sub>3</sub> = Profitabilitas  
 X<sub>4</sub> = Leverage  
 e = Error atau faktor gangguan lain yang mempengaruhi Y

a. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji kelayakan model (uji F) dimaksudkan dalam rangka untuk menguji dan mengetahui apakah dalam penelitian ini model yang digunakan layak untuk digunakan atau tidak sebagai alat analisis untuk menguji pengaruh variabel independen pada variabel dependennya. Pengujian dilakukan dengan mengukur nilai probabilitas signifikansi. Jika nilai probabilitas signifikansi < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa model ini layak digunakan dalam pengujian.

b. Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji Statistik T)

Uji statistik T menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2016). Pengujian dilakukan dengan mengukur nilai probabilitas signifikansi. Jika nilai probabilitas signifikansi < 0,05, maka hipotesis diterima, yang berarti secara individual variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai probabilitas signifikansi > 0,05, maka hipotesis ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara individual variabel independen tidak

mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti menggambarkan keterbatasan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai yang mendekati satu menggambarkan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variabel dependen. Dalam praktiknya, ukuran yang digunakan untuk menilai koefisien determinasi adalah nilai *Adjusted R<sup>2</sup>*. Tidak seperti nilai R<sup>2</sup> yang dapat menimbulkan bias, nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* dapat naik atau turun apabila suatu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Pengujian hipotesis**

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Berganda (*Multiple Regression Analysis*). Analisis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap pengungkapan CSR.

Tabel 1. Hasil Perhitungan Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.922	.461		-2.003	.052
	SIZE	.041	.015	.465	2.809	.007
	GROWTH	.007	.086	.012	.084	.934
	ROA	.270	.199	.209	1.355	.183
	DAR	-.242	.092	-.415	-2.613	.012

a. Dependent Variable: CSRDI

Sumber: Output SPSS versi 23, 2019

Tabel 2. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.172	4	.043	2.943	.031 <sup>b</sup>
	Residual	.627	43	.015		
	Total	.799	47			

a. Dependent Variable: CSRDi

b. Predictors: (Constant), DAR, ROA, GROWTH, SIZE

Sumber: Output SPSS versi 23, 2019

Berdasarkan tabel 1, maka model regresi linier berganda dalam penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

$$\text{CSRDI} = -0,922 + 0,041 \text{ SIZE} + 0,007 \text{ GROWTH} + 0,270 \text{ ROA} - 0,242 \text{ DAR} + e$$

Persamaan regresi di atas mempunyai makna sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar (-0,922) menyatakan bahwa jika ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* adalah nol, maka pengungkapan CSR yang terjadi adalah sebesar (-0,922).
2. Koefisien regresi ukuran perusahaan (*size*) adalah sebesar 0,041, nilai tersebut memberi petunjuk adanya pengaruh positif variabel ukuran perusahaan terhadap CSR. Artinya, apabila ukuran perusahaan mengalami peningkatan 1%, maka skor pengungkapan CSR akan bertambah sebesar 4,1% dengan asumsi bahwa variabel lain konstan atau tetap.
3. Koefisien regresi pertumbuhan perusahaan (*growth*) adalah sebesar 0,007, nilai tersebut memberi petunjuk adanya pengaruh positif variabel pertumbuhan perusahaan terhadap CSR. Artinya, apabila ukuran perusahaan mengalami peningkatan 1%, maka skor pengungkapan CSR akan bertambah sebesar 0,7% dengan asumsi bahwa variabel lain konstan atau tetap.
4. Koefisien regresi profitabilitas (ROA) adalah sebesar 0,270, nilai tersebut memberi petunjuk adanya pengaruh positif variabel ukuran perusahaan terhadap CSR. Artinya, apabila ukuran perusahaan mengalami peningkatan 1%, maka skor pengungkapan CSR akan bertambah sebesar 27% dengan asumsi bahwa variabel lain konstan atau tetap.

5. Koefisien regresi *leverage* (DAR) adalah sebesar -0,242, nilai tersebut memberi petunjuk adanya pengaruh negatif variabel ukuran perusahaan terhadap CSR. Artinya, apabila *leverage* mengalami peningkatan 1%, maka skor pengungkapan CSR akan menurun sebesar 24,2% dengan asumsi bahwa variabel lain konstan atau tetap.

#### Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Pada tabel 2. hasil uji kelayakan model (uji F) menunjukkan nilai tingkat signifikan sebesar 0,031 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini dikatakan layak atau variabel ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* mampu menjelaskan variabel pengungkapan CSR.

#### Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji Statistik T)

Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Patokan yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai probabilitas signifikan yang dihasilkan. Jika nilai probabilitas signifikansi < 0,05, maka secara individual variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian, variabel ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikannya yaitu  $0,007 < 0,05$ . Sedangkan nilai t tabel pada level of significant 5%  $\alpha = 0,05$  (uji dua sisi) dengan  $df = n - k - 1$  atau  $48 - 4 - 1 = 43$  diperoleh sebesar 2,017 dan nilai t hitung sebesar 2,809.

Nilai t hitung bertanda positif menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang searah dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan perusahaan (*growth*) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikannya yaitu 0,934 lebih besar dari 0,05 dan t hitung sebesar 0,084. Maka, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikannya yaitu 0,183 lebih besar dari 0,05 dan t hitung sebesar 1,355. Jadi, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Berdasarkan hasil pengujian, variabel *leverage* (DAR) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikannya yaitu 0,012 lebih kecil dari 0,05. Sedangkan nilai t tabel pada level of significant 5%  $\alpha = 0,05$  (uji dua sisi) dengan  $df = n - k - 1$  atau  $48 - 4 - 1 = 43$  diperoleh sebesar 2,017 dan nilai t hitung sebesar -2,613.

Nilai t hitung bertanda negatif menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang tidak searah dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Maka dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## Pembahasan

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikan sebesar 0,007 dan nilai t hitung sebesar 2,809. Nilai signifikan 0,007 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung positif menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), yang artinya semakin besar jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin luas juga pengungkapan CSR yang dilaporkan.

Semakin besar perusahaan maka semakin besar pula kewajiban perusahaan untuk mengungkapkan CSR karena perusahaan besar memiliki banyak *stakeholder* yang memperhatikan keadaan dan kinerja perusahaan, sehingga perusahaan akan berupaya untuk meningkatkan kegiatan tanggung jawab sosialnya serta mengungkapkannya. Juga dengan adanya pengungkapan CSR yang luas secara tidak langsung citra baik perusahaan akan bertambah. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pradnyani dan Sisdyani (2015), namun sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yanti dan Budiasih (2016), Musnaidah, dkk (2016), dan Phang (2017).

Pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel pertumbuhan perusahaan (*growth*) memiliki nilai signifikan sebesar 0,934 dan nilai t hitung sebesar 0,084. Nilai signifikan 0,934 yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardhani (2018) namun, bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Musnaidah, dkk (2016). Menurut Ekwati, dkk (2014) dalam Wardhani (2018) perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi, akan lebih memilih menggunakan dana yang mereka miliki untuk kegiatan produksi daripada menggunakannya untuk kegiatan CSR sehingga tingkat peng-

ungkapan CSR yang dilakukan perusahaan rendah.

#### Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai signifikan sebesar 0,183 dan nilai *t* hitung sebesar 1,355. Nilai signifikan 0,183 yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pradnyani dan Sisdyani (2015), Yanti dan Budiasih (2016), Musnaidah, dkk (2016) dan Sunaryo dan Mahfud (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Namun, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Phang (2007) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besarnya tingkat rasio profitabilitas perusahaan, yang mencerminkan bahwa perusahaan mampu untuk menghasilkan laba yang tinggi sehingga memiliki dana yang cukup untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan, belum tentu akan mengalokasikan dananya untuk melakukan kegiatan sosial dan lingkungan, sehingga tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan rendah.

#### Pengaruh leverage terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diketahui bahwa *leverage* perusahaan memiliki nilai signifikan sebesar 0,012 dan nilai *t* hitung sebesar -2,613. Nilai signifikan 0,012 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai *t* hitung negatif menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang artinya semakin besar nilai *leverage* yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin kecil pengungkapan CSR yang dilaporkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sunaryo dan Mahfud (2016) yang juga menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan berusaha untuk tidak melaporkan CSR, hal ini dilakukan agar perusahaan dapat menghemat biaya, karena dibutuhkan biaya yang besar untuk melakukan kegiatan dan pengungkapan CSR. Selain itu, menurut Pradnyani dan Sisdyani (2015) tingkat *leverage* perusahaan yang tinggi menandakan bahwa pendanaan untuk aktivitas perusahaan lebih banyak berasal dari pihak eksternal, yang mana hal tersebut akan diperhatikan oleh *debtholders*. Oleh karena itu untuk mengurangi perhatian *debtholders* maka perusahaan memfokuskan pada peningkatan profit sehingga luas pengungkapan tanggung jawab sosial dikurangi.

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### Saran

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian menggunakan perusahaan sektor lain sehingga kesimpulan yang dibuat dapat di generalisasi.
2. Penelitian selanjutnya dapat mengganti atau menambah variabel-variabel independen lain yang diduga dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
3. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan standar pengungkapan yang terkini, seperti GRI-Standards untuk menghitung pengungkapan CSR perusahaan. Karena perusahaan-perusahaan terbuka telah banyak menggunakan GRI Standards seba-

gai sebagai pedoman pengungkapan CSR-nya dan juga bahasa yang digunakan dalam GRI-Standards lebih mudah dipahami.

### DAFTAR PUSTAKA

- Chariri, A. (2008). Kritik Sosial Atas Pema-  
kaian Teori dalam Penelitian Pengung-  
kapan Sosial dan Lingkungan. *Jurnal  
Maksi, Vol.8 No.2 Agustus 2008*, 151-169.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multi-  
variate IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang:  
Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi, M.M., & Halim, A. (2016). *Analisis  
Laporan Keuangan (Edisi Kelima)*.  
Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Indraswari, G.A., & Astika, I.B. (2015).  
Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusa-  
haan, dan Kepemilikan Saham Publik  
Terhadap Pengungkapan CSR. *E-Jurnal  
Akuntansi Universitas Udayana 11.1  
(2015)*, ISSN: 2302-8556, 289-302.
- Mandaika, Y., & Salim, H. (2015). Pengaruh  
Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan,  
Tipe Industri, dan Financial Leverage  
terhadap Pengungkapan Corporate Social  
Responsibility: Studi Empiris Pada  
Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di  
Bursa Efek Indonesia Tahun 2011--2013.  
*Jurnal Akuntansi Universitas Katolik  
Indonesia Atma Jaya Vol. 8, No.2 April*,  
181-201.
- Munsaidah, S., Andini, R., & Supriyanto, A.  
(2016). Analisis Pengaruh Firm Size,  
Age, Profitabilitas, Leverage, dan Growth  
Perusahaan terhadap Corporate Social  
Responsibility (CSR) pada Perusahaan  
Property dan Real Estate yang Terdaftar  
Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun  
2010-2014. *Journal of Accounting Uni-  
versitas Pandanaran ISSN: 2502-7697*,  
Vol.2 No.2 Maret 2016.
- Pradnyani, I.G., & Sisdyani, E.A. (2015).  
Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profita-  
bilitas, Leverage, dan Ukuran Dewan  
Komisaris pada Pengungkapan Tanggung  
Jawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akun-  
tasi Universitas Udayana 11.2 (2015)*,  
ISSN: 2302-8556 , 384-397.
- Purwanto, A. (2011). Pengaruh Tipe Industri,  
Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, terha-  
dap Corporate Social Responsibility. *Jur-  
nal Akuntansi & Auditing, Volume 8/No.  
1/November 2011*, 12-29.
- Sari, R.A. (2012). Pengaruh Karakteristik  
Perusahaan terhadap Corporate Social  
Responsibility Disclosure Pada Perusa-  
haan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa  
Efek Indonesia. *Jurnal Nominal, Vol. 1  
No.1 Thn 2012*, 124-140
- Sembiring, E.R. (2006). Karakteristik Peru-  
sahaan dan Pengungkapan Tanggung  
Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusa-  
haan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta.  
*Jurnal Maksi, Vol.6 No.1 Januari 2006*,  
69-85.
- Sunaryo, B.A., & Mahfud, M. K. (2016).  
Pengaruh Size, Profitabilitas Leverage  
dan Umur terhadap Pengungkapan Tang-  
gung Jawab Sosial Perusahaan (Studi  
Empiris Perusahaan Manufaktur yang  
Listing di BEI Tahun 2010 – 2013).  
*Diponegoro Journal of Management*,  
ISSN (Online): 2337-3792 Volume 5  
Nomor 2, 1-14.
- Wahyuningsih, A., & Mahdar, N.M. (2018).  
Pengaruh Size, Leverage dan Profita-  
bilitas terhadap Pengungkapan CSR pada  
Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di  
Bursa Efek Indonesia. *Kalbisocio, ISSN  
2356 - 4385, Volume 5 No. 1. Februari  
2018*, 27-36.
- Wardhani, R.A., & Muid, D. (2017). Pengaruh  
Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan  
dan Profitabilitas terhadap Corporate So-  
cial Responsibility. *Diponegoro Journal  
of Accounting, ISSN (Online): 2337-3806*,  
Volume 6, Nomor 3, Tahun 2017, 1-10.
- Yanti, N.K., & Budiasih, I.G. (2016).  
Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan  
Ukuran Perusahaan pada Pengungkapan  
Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal  
Akuntansi Universitas Udayana, ISSN:  
2302-8556, Vol.17.3. Desember (2016)*,  
1752-1779.