

PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, KOMITE AUDIT, DAN LIKUIDITAS TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017)

Mujiyati¹

Refa Danang Afianto²

*Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta¹

*Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta²

*Email: mujiyati@ums.ac.id, refaafianto@gmail.com

ABSTRAK: Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Komite Audit dan Likuiditas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2017. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2017. Pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan menggunakan purposive sampling dan diperoleh jumlah sampel 58 perusahaan dengan 3 periode tahun penelitian sehingga menghasilkan data sebanyak 174 data penelitian. Metode analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, analisis regresi berganda dengan terlebih dahulu melakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji korelasi, uji heterokedastisitas. Hasil penelitian menunjukkan variabel profitabilitas, leverage, komite audit dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility. Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility.

Kata kunci: Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Komite Audit, Likuiditas, Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

1. PENDAHULUAN

Pada era persaingan bisnis yang semakin ketat, setiap perusahaan perlu melakukan beberapa strategi agar dapat mempertahankan eksistensi bisnisnya. CSR atau *Corporate Social Responsibility* adalah salah satu strategi yang dilakukan perusahaan untuk tetap mempertahankan eksistensi bisnisnya. Perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottomline, yaitu hanya pada kondisi keuangan. Namun, dengan berkembangnya konsep Triple Bottom Line yang dikemukakan oleh John Elkington pada tahun 1997, perusahaan kini dihadapkan pada tiga konsep yaitu profit (keuntungan), people (manusia), dan planet (lingkungan). Global Impact Initiative (2002) menyebut pemahaman ini dengan 3P (profit,

people, planet), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (profit), tetapi juga menyejahterakan orang (people) dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini (Dahli dan Siregar, 2008). Pada prinsipnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk bertanggung jawab secara ekonomi, sosial, lingkungan serta para pemangku kepentingan (stakeholders). Tanggung jawab tersebut untuk mencegah dampak negatif yang ditimbulkan perusahaan terhadap pihak lain dan lingkungan serta meningkatkan kualitas masyarakat termasuk karyawan, pemasok, pelanggan, dan lingkungan sekitar perusahaan. Untuk bisa mewujudkan bisnis secara berkelanjutan diperlukan adanya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh setiap perusahaan.

Jika diperhatikan di dalam sejumlah literatur tidak ada yang dapat memastikan kapan mulai dikenalnya atau munculnya CSR itu. Namun di dalam banyak literatur banyak yang sepakat bahwa karya Horward Bowen yang berjudul *Social Responsibilities of the Businessman* yang terbit pada tahun 1953 merupakan tonggak sejarah CSR Modern. Di dalam karyanya ini, Bowen memberikan definisi awal dari CSR sebagai “it refers to the obligations of the businessmen to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of actions which are desirable in terms of the objectives and values of our society”. Definisi tanggung jawab sosial yang diberikan oleh Bowen telah memberi landasan awal bagi pengenalan kewajiban pelaku bisnis untuk menetapkan tujuan bisnis yang selaras dengan tujuan dan nilai-nilai masyarakat.

Selanjutnya tahun 1971, Committee for Economic Development (CED) menerbitkan *Social Responsibilities of Business Corporations*. Penerbitan yang dapat dianggap sebagai code of conduct bisnis tersebut dipicu adanya anggapan bahwa kegiatan usaha memiliki tujuan dasar untuk memberikan pelayanan yang konstruktif untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan masyarakat. CED merumuskan CSR dengan menggambarkannya dalam lingkaran konsentris. Lingkaran dalam merupakan tanggung jawab dasar dari korporasi untuk penerapan kebijakan yang efektif atas pertimbangan ekonomi (profit dan pertumbuhan). Lingkaran tengah menggambarkan tanggung jawab korporasi untuk lebih sensitif terhadap nilai-nilai dan prioritas sosial yang berlaku dalam menentukan kebijakan mana yang akan diambil. Lingkaran luar menggambarkan tanggung jawab yang mungkin akan muncul seiring dengan meningkatnya peran serta korporasi dalam menjaga lingkungan dan masyarakat.

Seiring dengan perkembangan isu lingkungan global, konsep dan aplikasi CSR semakin berkembang termasuk di Indonesia. CSR tidak semata menjadi kewajiban sosial perusahaan, namun juga dikaitkan sebagai konsep pengembangan yang berkelanjutan. Penerapan CSR di Indonesia telah diatur didalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang diatur didalam bab V pasal 74 ayat 1,2,3,4 dimana dalam pasal tersebut mengatur bagaimana tanggung jawab perusahaan dengan lingkungan sosial. Lingkungan hidup dengan kata lain perusahaan bertanggung jawab dalam permasalahan sosial dan lingkungan yang ditimbulkan dari pelaksanaan kegiatan perusahaan. Selain sebagai tuntutan bagi perusahaan, saat ini tanggung jawab sosial juga dianggap sebagai sebuah kebutuhan bagi perusahaan. Apabila dirancang dan diterapkan dengan benar maka tanggung jawab sosial perusahaan akan menjadi investasi sosial jangka

panjang yang berguna, baik untuk meningkatkan citra perusahaan di mata publik dan investor maupun sebagai strategi bisnis dan pengendalian risiko sosial perusahaan. (Budiman, 2015).

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR telah dilakukan sebelumnya telah dilakukan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi CSR. Penelitian tentang CSR telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, yaitu; Rindu Kurnia Putri (2017), Gagat, Eliada dan Widya (2016), Budiman (2015), Hillary dan Nicken (2017), Nurfadilah & Sagara (2015). Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang berbeda, sehingga menjadi tema penelitian yang sangat menarik untuk diteliti kembali.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR yang dilakukan peneliti adalah Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Komite Audit, Likuiditas (Hillary dan Nicken (2017). Hasil penelitian ini menunjukkan kepemilikan asing dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial sedangkan kepemilikan manajerial, kepemilikan publik, independensi dewan direksi, komite audit, umur perusahaan, leverage, profitabilitas, dan likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham (Trisnawati, R. 2014). Profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik. Dengan nilai Profitabilitas ini dapat diketahui apakah perusahaan telah efisien dalam memanfaatkan aktivitya dalam kegiatan operasional perusahaan atau tidak. Perusahaan dengan nilai Profitabilitas yang baik menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi kinerja yang baik dan memiliki posisi persaingan yang kuat. Hal ini akan memicu reaksi dari para stakeholder untuk mendorong perusahaan dalam melakukan pencapaian usaha perbaikan dan kepedulian terhadap masalah lingkungan dan sosial. Salah satu bentuk implementasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi perannya kepada pihak stakeholder adalah dengan melaksanakan CSR. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah akan lebih berfokus terhadap perbaikan kinerja ekonomi mereka dan memberikan perhatian yang rendah terhadap lingkungan (Elijido-Ten, 2004).

Faktor selanjutnya adalah *Leverage*, mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. *Leverage* mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan. Semakin tinggi leverage, maka keputusan untuk mengungkapkan CSR menjadi semakin berkurang. Hal ini dikarenakan keputusan untuk mengungkapkan CSR dapat membuat suatu pengeluaran yang akan menurunkan pendapatan (Janra, 2015).

Faktor lainnya adalah Ukuran Perusahaan merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan. Ukuran perusahaan juga dapat diprediksi mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan. Menurut Sembiring (2005), semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Perusahaan yang besar cenderung mengungkapkan informasi sosial secara lebih luas

Faktor berikutnya yang mempengaruhi CSR adalah Komite Audit. Keputusan Ketua BAPEPAM-LK Nomor Kep-29/PM/2004 Menyebutkan bahwa komite audit yang dimiliki oleh perusahaan minimal terdiri dari 3 orang, dimana sekurang-kurangnya 1 orang berasal dari

komisaris independen dan 2 orang anggota lainnya berasal dari luar emiten atau perusahaan publik. Jumlah anggota komite audit harus disesuaikan dengan kompleksitas perusahaan dengan tetap memperhatikan efektivitas dalam pengambilan keputusan.

Selanjutnya *likuiditas* secara empiris mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (Gagat, Eliada dan Widya 2016). Likuiditas adalah suatu kondisi yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mendanai operasional perusahaan dan melunasi hutang jangka pendeknya. Rasio ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh ketersediaan dana perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Perusahaan yang secara keuangan sehat, kemungkinan akan lebih banyak mengungkapkan informasi CSR dibandingkan dengan perusahaan yang likuiditasnya rendah (Arthana, 2009). Gagat, Eliada dan Widya (2016) melakukan penelitian tentang pengaruh *Corporate Governance*, *Profitabilitas*, *Likuiditas*, dan *Solvabilitas* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *Corporate Governance*, *Profitabilitas* tidak berpengaruh pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Likuiditas* dan *Solvabilitas* memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah di atas maka, peneliti ingin membuktikan kembali secara empiris dengan judul “PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, DAN KOMITE AUDIT TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017)”.

1. KAJIAN PUSTAKA

Teori Agensi

Teori agensi menggambarkan perusahaan sebagai suatu titik temu antara pemilik perusahaan (*principal*) dengan manajemen (*agent*). Perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dalam hal ini adalah corporate environmental disclosure memiliki tujuan untuk membangun image positif terhadap perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Dalam rangka memberikan informasi pertanggung jawaban sosial perusahaan memerlukan biaya, sehingga laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah. Ketika perusahaan menghadapi biaya pengawasan dan biaya kontrak yang rendah dan visibilitas politis yang tinggi akan cenderung untuk mengungkapkan informasi pertanggung jawaban sosial. Jadi pengungkapan informasi pertanggung jawaban sosial berhubungan positif dengan kinerja sosial, kinerja ekonomi dan visibilitas politis dan berhubungan negatif dengan biaya pengawasan dan biaya kontrak (Rokhnilasari, 2015). Munculnya biaya agensi yang disebabkan karena konflik kepentingan dan asimetri informasi ini, maka perusahaan harus menanggung biaya keagenan (*agency cost*).

Teori Stakeholder

Teori ini menyatakan bahwa organisasi akan memilih secara sukarela mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial dan intelektual mereka, melebihi dan di atas permintaan wajibnya, untuk memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang diakui oleh

stakeholder. Teori stakeholder mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan memerlukan dukungan stakeholder, sehingga aktivitas perusahaan juga mempertimbangkan persetujuan dari stakeholder. Semakin kuat stakeholder, maka perusahaan harus semakin beradaptasi dengan stakeholder. Pengungkapan sosial dan lingkungan kemudian dipandang sebagai dialog antara perusahaan dengan stakeholder.

Teori Legitimasi

Perusahaan menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan operasi perusahaan. Teori legitimasi berhubungan erat dengan teori stakeholder. Menurut Rokhnilasari (2015) Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi secara berkelanjutan mencari cara untuk menjamin operasi mereka berada dalam batas dan norma yang berlaku di masyarakat. Suatu perusahaan akan secara sukarela melaporkan aktifitasnya jika manajemen menganggap bahwa hal ini adalah yang diharapkan komunitas.

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

CSR merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial adalah sebuah pendekatan yang mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis perusahaan dan dalam interaksi dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan.

Profitabilitas

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 tanggung jawab sosial, serta melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan dengan lebih luas. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosialnya (Hackston dan Milne 1996).

Leverage

Leverage adalah alat yang digunakan mengukur seberapa besar perusahaan mempunyai ketergantungan pada kreditur dalam mengongkosi aset perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat leverage tinggi itu berarti paling memiliki ketergantungan kepada pinjaman di luar didalam memberikan biaya asetnya. Sedangkan perusahaan yang memiliki tingkat leverage lebih rendah lebih tidak sedikit membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat leverage perusahaan mencerminkan risiko finansial perusahaan.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Perusahaan besar cenderung akan mengungkapkan informasi lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil.

Komite Audit

Menurut Natalylova (2013) komite audit harus terdiri dari individu-individu yang mandiri dan tidak terlibat dengan tugas sehari-hari dari manajemen yang mengelola perusahaan, dan yang memiliki pengalaman untuk melaksanakan fungsi pengawasan secara efektif. Komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dewan komisaris, yang bertugas membantu dewan komisaris dalam melaksanakan tugasnya.

Likuiditas

Likuiditas adalah suatu kondisi yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mendanai operasional perusahaan dan melunasi hutang jangka pendeknya. Rasio ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh ketersediaan dana perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Perusahaan yang secara keuangan sehat, kemungkinan akan lebih banyak mengungkapkan informasi CSR dibandingkan dengan perusahaan yang likuiditasnya rendah (Arthana, 2009).

Hipotesis Penelitian

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “good news” kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan berinvestasi di perusahaan tersebut. Hasil penelitian Widya Novita dan Sari Puspita Rani (2015), Rindu Kurnia Putri (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap CSR. Hal ini berarti perusahaan dengan nilai Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi keuangan yang kuat, maka akan mendapatkan tekanan yang lebih dari pihak eksternal perusahaan untuk lebih mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya secara lebih luas.

H₁: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Anggraini (2006) dalam Trisnawati (2014) menyatakan, semakin tinggi leverage, semakin besar kemungkinan perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, sehingga manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Supaya laba yang dilaporkan lebih tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial. Hasil penelitian Gagat, Eliada dan Widya (2016), Savina Maya T, M. Yahdi dan Noviansyah Rizal (2018) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap CSR. Hasil ini menunjukkan bahwa *leverage* memiliki efek negative pada corporatesocial responsibility disclosure. Hal ini dapat

diartikan bahwa semakin tinggi *leverage* perusahaan, akan mengurangi pengungkapan corporate social responsibility disclosure.

H2: *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap pengungkapan Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Perusahaan besar cenderung akan mengungkapkan informasi lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Perusahaan berskala besar memiliki modal yang lebih dalam pelaksanaan kegiatan CSR. Hasil penelitian Savina Maya T, M. Yahdi dan Noviansyah Rizal (2018), Widya Novita dan Sari Puspita Rani (2015), Menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi CSR. Hal ini karena perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggung jawaban sosial. Sehingga perusahaan besar akan mengeluarkan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil.

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pengaruh Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Adanya anggota independen dalam komite audit dapat menjadi alat yang efektif untuk melakukan mekanisme pengawasan sehingga dapat mengurangi biaya agensi, meningkatkan pengendalian internal dan akan meningkatkan kualitas pengungkapan informasi perusahaan (Said, *et al*, 2009). Hasil penelitian Hillary Sumilat Nicken Destriana (2017), Budiman (2015) menyatakan komite audit tidak berpengaruh terhadap CSR. Hal ini berarti kurangnya kompetensi anggota komite audit yang independen, sehingga meskipun diharapkan dapat memangku kepentingan perusahaan secara objektif, namun tidak dapat melaksanakan fungsinya secara optimal. Permasalahan agensi juga tidak dapat dikurangi dan pengendalian internal perusahaan juga tidak menjadi lebih efektif untuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih luas.

H4: Komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi akan memberikan informasi kepada perusahaan yang lain, bahwa mereka lebih baik dari pada perusahaan lain, dengan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial. Informasi tersebut dilakukan dengan cara mengungkapkan informasi yang lebih luas tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang mereka lakukan (Kamil dan Antonius, 2012). Hasil penelitian Gagat, Eliada dan Widya (2016), Rindu Kurnia Putri (2017) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial (CSR). Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas tinggi merupakan gambaran keberhasilan perusahaan dalam membayar kewajiban-kewajiban jangka pendeknya tepat waktu.

H5: Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Sedangkan data yang digunakan adalah data sekunder yang berasal dari data-data laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2015-2017. Pengamatan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan periode 3 tahun dengan mengakses www.idx.co.id. Metode penentuan jumlah sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu penentuan sampel dengan beberapa kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur BEI yang menerbitkan laporan keuangan selama tahun 2015-2017
2. perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan dalam satuan mata uang rupiah (Rp).
3. Perusahaan memperoleh laba bersih secara berturut-turut tiga tahun dengan periode 2015-2017.
4. Memiliki semua data yang digunakan untuk menghitung variabel yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

Variabel dan Pengukuran Penelitian

Variabel Dependen

Variabel dependen penelitian adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Variabel CSR diukur dengan prosi *corporate social responsibility disclosure* (CRSDI) berdasarkan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI). Indeks GRI4 terdiri dari 150 item. Indeks perhitungan CSR dilakukan dengan:

$$\text{CRSDI} = \frac{\text{Jumlah item informasi yang diumumkan}}{150 \text{ item informasi CSR versi GRI4}}$$

Variabel Independen

Profitabilitas

Dalam mengukur profitabilitas perusahaan menggunakan alat ukur return on asset (ROA). Profitabilitas dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \text{laba bersih} / \text{total aset}$$

Leverage

Leverage menggunakan alat ukur deb to equity ratio (DER) atau rasio hutang terhadap modal. Leverage dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{DER} = \text{total hutang} / \text{total ekuitas}$$

Ukuran Perusahaan

Pengukuran Size perusahaan menggunakan total asset dan ditransformasikan dalam bentuk logaritma of natural (ln) karena total aset perusahaan nilainya relatif besar dibandingkan variabel-variabel lain (Kurnianingsih, H. T. 2014) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln} (\text{total aset})$$

Komite Audit

Komite audit diukur dengan jumlah anggota komite audit, serta menggunakan skala rasio merujuk pada penelitian Saraswati *et al* (2012) dalam Nurfadilah & Sagara (2015).

Komite Audit = Jumlah Anggota Komite Audit

Likuiditas

Perhitungan likuiditas yang digunakan dalam penelitian adalah rasio lancar (Putri, R. A. 2014). Dengan menggunakan rumus:

Current rasio = aset lancar/hutang lancar

Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Berganda dengan model sebagai berikut:

$$CSR = \alpha + \beta_1 PRO + \beta_2 LEV + \beta_3 SIZE + \beta_4 KU + \beta_5 LIK + \varepsilon$$

Keterangan:

CSR = Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

b = Koefisien Regresi

PRO = Profitabilitas

LEV = *Leverage*

SIZE = Ukuran Perusahaan

KU = Komite Audit

LIK = Likuiditas

e = Standar *error*

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji statistik, diperoleh data yang merupakan hasil perkalian dari jumlah sampel perusahaan yang berjumlah 58 perusahaan dengan jumlah 3 periode tahun penelitian, sehingga menghasilkan data penelitian sebesar 174 data penelitian.

Tabel 1
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PRO	174	0.042	52.670	8.89451	8.702219
LEV	174	0.074	4.547	0.78025	0.725062
SIZE	174	25.619	33.320	28.59578	1.622034
KA	174	2	5	3.09770	0.367298
LIK	174	0.545	15.165	2.84806	2.266180
CSR	174	0.287	0.560	0.40891	0.046282
Valid N (listwise)	174				

Sumber: Output SPSS 2018

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Table 2

Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov

Variabel	Kolmogorov-Smirnov	p-value (nilai probabilitas)	Keterangan
Unstandardized Residual	1,299	0.69	Data terdistribusi normal

Dari table 2 menunjukkan bahwa besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov adalah 1.299 dan variabel memiliki probabilitas 0.69. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
PRO	0,883	1,133	Tidak terjadi Multikolinieritas
LEV	0,714	1,400	Tidak terjadi Multikolinieritas
SIZE	0,743	1,346	Tidak terjadi Multikolinieritas
KA	0,849	1,178	Tidak terjadi Multikolinieritas
LIK	0,651	1,535	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: Output, SPSS 2018

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui model regresi yang bebas multikolinieritas karena koefisien regresi antar variabel independen mempunyai nilai tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 .

Uji Autokorelasi

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi

Variabel	DW	DU	4-dU	Keterangan
Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Komite Audit, Likuiditas terhadap CSR	1,986	1,8114	2,1886	Tidak Terjadi Autokorelasi

Maka dapat dilihat nilai dw sebesar 1,986 dapat kita proses untuk mengetahui hasilnya dengan cara perbandingan sesuai persamaanya ($Du < DW < 4-Du$) yaitu $1,8114 < 1,986 <$

2,1886 maka nilai DW berada tepat diantara dU dan 4-dU. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Profitabilitas	0,799	Tidakterjadiheterokedastisitas
Leverage	0,864	Tidakterjadiheterokedastisitas
Ukuran Perusahaan	0,183	Tidakterjadiheterokedastisitas
Komite Audit	0,529	Tidakterjadiheterokedastisitas
Likuiditas	0,330	Tidakterjadiheterokedastisitas

Berdasarkan tabel 5 di atas tidak terjadi heteroskedastisitas karena tingkat signifikan semua variabel di atas 0,05.

Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6
Unstandardized Coefficients

Variabel	Unstandardized Coefficients
Constant	-0,0419
PRO	0,0003
LEV	-0,0042
SIZE	0,0153
KA	0,0007
LIK	0,0030

Berdasarkan hasil regresi yang disajikan pada tabel 6 maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\text{CSR} = -0,0419 + 0,0003 \text{ PRO} - 0,0042 \text{ LEV} + 0,0153 \text{ SIZE} + 0,0007 \text{ KA} - 0,0030 \text{ LIK} + \varepsilon$$

Persamaan regresi linier berganda diatas diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien variabel profitabilitas (PRO) sebesar 0,0003 yang dapat diartikan apabila profitabilitas naik sebesar 1% maka Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) akan mengalami kenaikan sebesar 0,0003 skor.

2. Nilai koefisien variabel *leverage* (LEV) sebesar -0,0042 yang dapat diartikan apabila *leverage* naik sebesar 1% maka Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) akan mengalami penurunan sebesar -0,0042 skor.
3. Nilai koefisien variabel ukuran perusahaan (SIZE) sebesar 0,0153 yang dapat diartikan bahwa setiap perubahan yang terjadi pada ukuran perusahaan (SIZE) maka Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) akan mengalami kenaikan sebesar 0,0153 skor.
4. Nilai koefisien variabel komite audit sebesar 0,0007 yang dapat diartikan bahwa setiap perubahan yang terjadi pada nilai komite audit (KA) maka nilai Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) akan mengalami kenaikan sebesar 0,0007.
5. Nilai koefisien variabel likuiditas sebesar 0,0030 yang dapat diartikan apabila likuiditas naik sebesar 1% maka Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) akan mengalami kenaikan sebesar 0,0030 skor. Berdasarkan hasil regresi linier berganda pada tabel IV.7 dan interpretasi dapat diketahui bahwa variabel independen yang memiliki

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7
Hasil koefisienDeterminasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,561 ^a	0,315	0,294

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *adjusted R Square* sebesar 0,294. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat 29,4% variasi nilai perusahaan yang dapat dijelaskan oleh 5 variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, komite audit dan likuiditas. Sedangkan sisanya sebanyak 60,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 8
Hasil uji F

Model	Fhitung	Sig
1	15,429	0,000

Berdasarkan table 8 diatas menunjukan bahwa Fhitung = 15,429 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukan bahwa secara statistic simultan indeks CSR dapat dijelaskan oleh variabel profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, komite audit dan likuiditas berpengaruh terhadap CSR, juga dapat dijelaskan bahwa model regresi dinyatakan fit.

Uji-t

Tabel 9
Hasil uji-t

Variabel	t	Sig	Keterangan
Profitabilitas	0,993	0,322	Tidak Berpengaruh

Leverage	-0,887	0,376	Tidak Berpengaruh
Ukuran Perusahaan	7,275	0,000	Berpengaruh
Komite Audit	0,87	0,931	Tidak Berpengaruh
Likuiditas	1,905	0,059	Tidak Berpengaruh

Sumber: Hasil Output SPSS 2018

Pengaruh profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR)

Variabel profitabilitas memiliki nilai t_{hitung} 0,993 dengan tingkat signifikansi 0,322 lebih besar dari 0,05. Hasil ini secara statistik menunjukkan bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap variabel *corporate social responsibility* (CSR). Nilai ini berarti bahwa perusahaan akan tetap mengungkapkan tanggung jawab sosialnya tanpa memperhatikan besar kecilnya laba yang dihasilkan dengan kata lain variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi merasa tidak perlu mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaannya, dengan asumsi para pembaca laporan tahunan sudah tertarik dengan pencapaian kinerja keuangan perusahaan yang baik, dalam hal ini profitabilitas. Sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan hanya untuk memenuhi peraturan saja. Adanya UU No. 25 tahun 2007 pasal 15 (b) dan PP No. 47 tahun 2012 yang mengatur tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga tanggung jawab sosial perusahaan merupakan program tahunan yang harus dilakukan perusahaan. Oleh karena itu, besar kecilnya profitabilitas tidak berpengaruh terhadap luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Hillary Sumilat Dan Nicken Destriana (2017), Savina Maya T M. Yahdi dan Noviansyah Rizal (2018), Gagat Agus W, Eliada H A Dan Widya Hayu W K (2015). Menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab social (CSR).

Pengaruh *leverage* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR)

Variabel *leverage* memiliki nilai t_{hitung} -0,887 dengan tingkat signifikansi 0,376 lebih besar dari 0,05. Hasil ini secara statistik menunjukkan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap variabel *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini disebabkan kreditur tidak terpengaruh terhadap banyaknya informasi yang diungkapkan perusahaan, salah satunya mengenai CSR, namun kreditur lebih memperhatikan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Saat ini juga sudah terdapat aturan-aturan yang berlaku mengenai wajibnya pengungkapan tanggung jawab sosial, sehingga program CSR merupakan program tahunan yang harus dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, besar kecilnya tingkat *leverage* perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap CSR Hillary Sumilat Dan Nicken Destriana (2017).

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR)

Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai t_{hitung} 7,275 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh

terhadap variabel *corporate social responsibility* (CSR). Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga semakin besar ukuran perusahaan, maka akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih luas. Karena perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disorot dan sebaliknya jika semakin kecil ukuran perusahaan, maka akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sempit. perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggung jawaban sosial. Sehingga perusahaan besar akan mengeluarkan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Savina Maya T, M. Yahdi dan Noviansyah Rizal (2018), Widya Novita dan Sari Puspita Rani (2015).

Pengaruh komite audit terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR)

Variabel komite audit memiliki nilai t_{hitung} 0,87 dengan tingkat signifikansi 0,931 lebih besar dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel komite audit tidak berpengaruh terhadap variabel *corporate social responsibility* (CSR). Ditolaknya hipotesis dapat disebabkan oleh kurangnya kompetensi anggota komite audit yang independent, sehingga meskipun diharapkan dapat memangku kepentingan perusahaan secara objektif, namun tidak dapat melaksanakan fungsinya secara optimal. Permasalahan agensi juga tidak dapat dikurangi dan pengendalian internal perusahaan juga tidak menjadi lebih efektif untuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih luas (Budiman, 2015). Komite audit tidak berpengaruh terhadap CSR karena perusahaan yang membentuk komite audit masih sebatas untuk memenuhi peraturan saja, belum memperhatikan perihal pengungkapan aktivitas CSR perusahaan, yang semestinya dapat digunakan untuk meningkatkan citra perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Hillary Sumilat Dan Nicken Destriana (2017), Nita Andriyani Budiman (2015).

Pengaruh likuiditas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR)

Variabel likuiditas memiliki nilai t_{hitung} 1,905 dengan tingkat signifikansi 0,059 lebih besar dari 0,05. Angka ini secara statistik menunjukkan bahwa variabel likuiditas tidak berpengaruh terhadap variabel *corporate social responsibility* (CSR). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi likuiditas perusahaan, maka pengungkapan CSR akan semakin rendah. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi cenderung akan menggunakan dananya untuk kegiatan lain seperti pembayaran utang atau melakukan kegiatan investasi dari pada untuk meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Hillary Sumilat Dan Nicken Destriana (2017), Nita Andriyani Budiman (2015).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji menggunakan analisis regresi logistic, ditemukan hasil sebagai berikut; Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa *profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa *ukuran perusahaan* berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Hasil analisis

regresi linier berganda menunjukkan bahwa *komite audit* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa *likuiditas* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility.

5. REFERENSI

- [1] Arthana, Rony. 2009. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan JOM Fekon Vol. 4 No. 1 (Februari) 2017 571 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks LQ45 Bursa Saham Indonesia (BEI). *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*.
- [2] Budiman, N. A. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *JRAMB*, 1(1). ISSN: 2460-1233
- [3] Elijido-Ten, E. (2004, July). Determinants of environmental disclosures in a developing country: an application of the stakeholder theory. In *Fourth Asia Pacific interdisciplinary research in accounting conference, Singapore* (pp. 4-6).
- [4] Ginting, J. (2007). Tinjauan Yuridis Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Good Corporate Governance (GCG). *Lex Jurnalica*, 5(1).
- [5] Hackston, David dan Markus J. Milne. 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 9 (1), pp: 77-100.
- [6] Janra, D. M. (2015). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2010-2013). *Jurnal Akuntansi*, 3(1).
- [7] Kamil, A., & Herusetya, A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility. *Media Riset Akuntansi*, 2(1).
- [8] Kurnianingsih, H. T. (2014). Pengaruh Profitabilitas dan Size Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 13(1).
- [9] Natalylova, K. (2013). Pengaruh corporate governance terhadap corporate social responsibility dan kinerja perusahaan yang mendapatkan indonesia sustainability reporting awards. *Media Bisnis*, 5(3), 162-182.
- [10] Nurfadilah, W., & Sagara, Y. (2015). Pengaruh good corporate governance, karakteristik perusahaan dan regulasi pemerintah terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *Akuntabilitas*, 8(1), 78-89
- [11] Putri, R. A. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR. *Business Accounting Review*, 2(1), 61-70.
- [12] Putri, R. K., & Kurnia, P. (2016). 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. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Ekonomi*, 4(1), 558-571.
- [13] Rokhlinasari, S. (2016). Teori-teori dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility Perbankan. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(1).

- [14] Sumilat, H., & Destriana, N. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 19(1a-2), 129-140.
- [15] Trisnawati, R. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Industri Perbankan di Indonesia.