

PENGARUH *SIZE*, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DISCLOSURE* PADA PERUSAHAAN INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2013-2015

Sofatul Lail Lisa¹ Ratna Wijayanti Daniar Paramita² Muchamad Taufiq³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang

sofatullaillisa@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *size*, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*. Penelitian ini didasari oleh teori yang menyatakan bahwa besar kecilnya suatu perusahaan dipengaruhi oleh tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dalam bentuk pengujian hipotesis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, penelitian ini menggunakan sumber data eksternal dengan jenis data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan yang diterbitkan oleh perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013-2015. Adapun uji yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji analisis data dan uji signifikansi hipotesis serta uji penelitian yang menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan *size* perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* dengan signifikansi sebesar 0,001. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* dengan signifikansi sebesar 0,976. *Leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* dengan signifikansi sebesar 0,059 di bawah nilai signifikansi 0,05.

Kata Kunci: *Size, Profitabilitas, Leverage, Corporate Social Responsibility Disclosure*

Abstract

This study aims to determine the size, profitability and leverage of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure. This study is based on the theory that the size of the company is influenced by corporate social responsibility. This research is a quantitative research in the form of hypothesis testing. The method used in this study uses external data with secondary data obtained from reports published by industrial companies that can be used in the year 2013-2015. There are several factors done in this research that is data analysis and significance test and also research using multiple linear regression. The results showed firm size has no significant effect on CSR with significance of 0,001. Profitability has no significant effect on CSR with significance of 0,976. Cash leverage to CSR with significance amounted to 0,059 below the 0,05 significance level.

Keywords: *Size, Profitability, Leverage, Corporate Social Responsibility Disclosure*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sejalan dengan prinsip *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Prinsip ini menekankan bahwa perusahaan tidak hanya memusatkan perhatiannya hanya terbatas pada *stockholder* dan *bondholder* yang secara langsung memberikan kontribusi bagi perusahaan, tetapi juga berusaha mengungkapkan aktifitas sosial dan kinerja lingkungan yang dilakukan perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu upaya perusahaan untuk menjalin hubungan baik dengan masyarakat. *Corporate Social Responsibility (CSR)* dimaknai sebagai konsep dimana perusahaan memiliki suatu hubungan terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, masyarakat dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan.

Penerapan CSR terdapat dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM) Pasal 15, 17 dan 34 yang didalamnya di atur jika setiap penanaman modal wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dan wajib menjaga kelestarian lingkungan hidup. Pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) menyebutkan jika perseroan yang menjalankan usaha dalam bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam maka wajib melaksanakan tanggung jawab sosial atau lingkungan.

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, dimana dengan melakukan aktivitas CSR perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat dimata masyarakat. Sehingga masyarakat berkeinginan untuk membeli produk perusahaan, semakin laku produk perusahaan dipasaran maka laba (*profit*) yang dihasilkan perusahaan akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya profit akan dapat menarik investor dalam keputusan investasinya.

Banyak penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa jumlah perusahaan yang melakukan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dalam laporan tahunan semakin bertambah. Banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program CSR sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Diantaranya penelitian yang dilakukan Cahya (2010) yang berjudul analisis pengaruh kinerja keuangan terhadap tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*). Sampel penelitiannya adalah Bank yang terdaftar di BEI dengan periode 2007-2008 Hasil penelitian menunjukkan bahwa *size* dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap CSR tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Sedikit berbeda dengan penelitian Dewi dan Priyadi (2013) berdasarkan penelitiannya disimpulkan bahwa *size* perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR dan *leverage* tidak berpengaruh positif terhadap CSR.

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka penulis ingin mengetahui sejauh mana pengaruh *size*, profitabilitas, dan tingkat *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR). Maka penelitian ini mengambil judul penelitian “ PENGARUH SIZE, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DISCLOSURE PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2013-2015 “

LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

Ukuran Perusahaan (*Size*)

Size perusahaan adalah gambaran dari besar kecilnya suatu perusahaan. *Size* perusahaan biasanya dilihat dari besar kecilnya, modal yang digunakan, total aset yang dimiliki dan total penjualan yang diperoleh. Aset meliputi keseluruhan sumber daya ekonomis yang dimiliki atau dikuasai oleh perusahaan. Menurut Cahyonowati (2003) dalam Prima Aprilyani (2013) *size* perusahaan bisa didasarkan pada jumlah aset yang terdiri dari aset tetap, aset tak berwujud dan aset lain-lain, jumlah tenaga kerja volum penjualan dan kapitalisasi pasar. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Hal itu karena perusahaan besar mempunyai sumber daya yang besar, sehingga perusahaan perlu dan mampu untuk untuk membiayai penyediaan informasi untuk keperluan internal. Informasi tersebut sekaligus menjadi bahan untuk keperluan pengungkapan informasi kepada eksternal. Rumus ukuran perusahaan sebagai berikut :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln. \text{Total Aset}$$

Profitabilitas

Menurut Kasmir (2012:196) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio menunjukkan efisiensi perusahaan.

Profitabilitas pada penelitian ini diukur menggunakan *Return On Assets* (ROA). *Return On Assets* (ROA) yang didapat dari laporan tahunan perusahaan industri barang konsumsi selama periode penelitian. *Return On Assets* (ROA) merupakan rasio antara laba sesudah pajak atau *Net After Tax* (NIAT) terhadap total aset. Semakin besar ROA menunjukkan kinerja perusahaan semakin baik, karena return semakin besar. Rumus ROA sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Leverage

Menurut Kasmir (2012:151) rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang, artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktiva. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam penelitian ini rasio *leverage* diukur menggunakan rasio total *debt* dibagi total *equity*. Adapun pengukurannya menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Equity}}$$

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Taufiq (2017:43) berpendapat bahwa konsep CSR telah berkembang luas. Tidak hanya dalam pengertian sempit melainkan telah meluas berupa tanggung jawab kepada seluruh stake holder korporasi, itu pun kini dilengkapi dengan sejumlah alat ukur seperti ISO ,*good corporate governance*, standart akuntabilitas sosial, analisis lingkungan dan sebagainya.

Rumus perhitungan CSR adalah sebagai berikut :

$$\text{CSDI} = \frac{n}{k} \times 100\%$$

Hubungan ukuran (Size) perusahaan dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure

Menurut Permatasari (2016) dan Cahya (2010) mengungkapkan bahwa ukuran (*size*) perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pengaruh *size* perusahaan terhadap pengungkapan CSR secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggung jawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan. Dengan mengungkapkan kepedulian lingkungan melalui pelaporan keuangan , maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat tuntutan masyarakat.

Pengaruh Profitabilitas dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure

Menurut Santioso dan Chandra (2012) profitabilitas berpengaruh terhadap CSR. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan didalam memperbaiki lingkungannya. Maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya. Menurut Bowman dan Haire (1976) dalam Pratiwi (2017) semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, *Corporate Social Responsibility* akan memberikan dampak positif terhadap keuntungan perusahaan (*profit*) dan peningkatan kinerja keuangan.

Pengaruh Leverage dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure

Menurut penelitian Ramadhani (2017) dan Cahya (2010) *leverage* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap CSR karena variabel yang mempunyai pengaruh yang paling besar adalah *leverage*. Rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan. Sehingga, dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Oleh karena itu perusahaan dengan tingkat rasio *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban yang lebih untuk pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

Kajian Penelitian Terdahulu

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1	Ayu Intan Permata Sari (2016)	Pengaruh kinerja keuangan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan	CSR, kinerja keuangan (<i>size</i> , profitabilitas, <i>lverage</i>)	<i>Size</i> dan profitabilitas berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial (<i>Corporate Social Responsibility</i>) <i>Levergae</i> tidak berpengaruh positif terhadap CSR
2	Sukmawati Safitri Dewi dan Maswar Patuh Priyadi (2013)	Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap <i>corporate social responsibility</i> pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	<i>Size</i> , profitabilitas, <i>leverage</i> , kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris dan CSR	<i>Size</i> , kepemilikan manajemen dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i> . Profitabilitas dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i> .
3	Linda Santioso dan Erlina Chandra (2012)	Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , umur perusahaan dan dewan komisaris independen dalam pengungkapan CSR	Profitabilitas, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , umur perusahaan, dewan komisaris dan CSR	Profitabilitas, ukuran perusahaan dan dewan komisaris berpengaruh terhadap CSR <i>Leverage</i> dan umur perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap CSR
4	Alifi Tria Susanti (2016)	Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi.	Profitabilitas, nilai perusahaan dan CSR	Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan CSR berpengaruh positif terhadap hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan.
5	Didin Irmawati (2011)	Pengaruh <i>size</i> , profitabilitas, <i>leverage</i> dan kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (<i>Corporate Social Responsibility</i>)	<i>Size</i> , profitabilitas, <i>leverage</i> , kepemilikan manajemen dan CSR	<i>Size</i> , profitabilitas, <i>leverage</i> dan kepemilikan manajemen tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>corporate social responsibility</i>
6	Bramantya Adhi Cahya (2010)	Analisis pengaruh kinerja keuangan terhadap tanggung jawab sosial (<i>Corporate Social Responsibility</i>)	<i>Size</i> , profitabilitas, <i>lverage</i> dan CSR	<i>Size</i> dan <i>lverage</i> berpengaruh signifikan terhadap CSR Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR

7	Fida Nuzula Ramadani (2017)	Analisis pengaruh kinerja keuangan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.	Size, profitabilitas (ROA), <i>leverage</i> (DER) dan CSR	Profitabilitas dan <i>leverage</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap CSR. Size tidak mempunyai pengaruh yang signifikan
---	-----------------------------------	---	---	---

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk menjelaskan pengaruh variabel *size* perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI

Populasi Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* dimana cara pengambilan subjek bukan berdasarkan pada strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya kriteria tertentu, untuk itu ditetapkan beberapa sampel berdasarkan kriteria tertentu (Arikunto, 2006:136). Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- Perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia dan melakukan pengungkapan CSR dalam *annual report* selama periode 2013-2015
- Perusahaan tersebut telah mempublikasikan laporan tahunan yang berakhir pada 31 Desember pada periode 2013-2015
- Perusahaan memiliki data (*size*, profitabilitas dan *leverage*) yang dibutuhkan dalam penelitian.

Dari kriteria sampel diatas dapat diketahui perusahaan yang bisa dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah seperti yang tampak pada tabel 1

Tabel 2
Pengambilan Sampel

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015	37
2	Perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan secara berturut-turut selama tahun 2013-2015	(9)
3	Perusahaan yang tidak memiliki <i>size</i> , profitabilitas dan <i>leverage</i> yang dibutuhkan dalam laporan keuangan pada periode 2013-2015	(6)
4	Sampel perusahaan manufaktur yang memenuhi kriteria	22
	Jumlah sampel penelitian 3 tahun (n)	66

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dokumentasi. Pengumpulan data ini peneliti melihat dari laporan tahunan dari perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015 melalui website www.sahamok.com serta www.idx.co.id

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program komputer yaitu SPSS 16.0. Ada beberapa teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan buat menguji apakah didalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas residual adalah dengan menggunakan P-Plot dan uji *Kolmogorov smirnov* untuk lebih mudah menarik kesimpulan. Data dikatakan terdistribusi normal jika nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2016: 154).

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan buat menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik ialah tidak terjadi korelasi diantara variable independen. Multikolinearitas bisa dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya yaitu *Variance Inflation Factor* (VIF). Untuk pengambilan keputusan didalam memastikan ada atau tidaknya multikolinearitas ialah menggunakan kriteria sebagai berikut:

Jika nilai VIF > 10 atau jika nilai *tolerance* < 0,1 bahwa ada multikolinearitas pada model regresi.

Jika nilai VIF < 10 atau jika nilai *tolerance* > 0,1 bahwa tidak ada multikolinearitas pada model regresi (Ghozali, 2016: 103-104).

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan buat menguji apakah pada model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu didalam periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, bahwa dinamakan ada problem autokorelasi, penelitian ini menggunakan uji *Durbin Watson* (Ghozali, 2016: 107-108). Pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi ialah jika:

$0 < d < dl$ = ada korelasi

$dl \leq d \leq du$ = tidak ada kesimpulan

$4-dl < d < 4$ = ada autokorelasi

$4-du \leq d \leq 4-dl$ = tidak ada kesimpulan

$du < d < 4-du$ = tidak ada autokorelasi

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan buat menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik ialah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada beberapa cara buat mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas antara lain metode grafik dilakukan dengan melihat grafik plot antar nilai prediksi variabel terikat (dependen) diantaranya menggunakan *Scatter Plot* antara ZPRED dan ZRESID dan metode statistic dapat dilakukan dengan uji *glejser*. Ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari probabilitas signifikansinya, jika nilai signifikansinya diatas tingkat kepercayaan ($\alpha = 0,05$) maka dapat disimpulkan tidak adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2016: 134).

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda (*Multiple Regression*) digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Algifari (2016: 250) menyatakan bahwa "Analisis regresi berganda yaitu model regresi untuk menganalisis pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen". Pada umumnya model regresi berganda dapat dirumuskan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$(Y = a + b1.X1 + b2.X2 + e)$$

Keterangan:

Y = nilai variabel dependen (harga saham)

a = konstanta

b1 = koefisien regresi X1

b2 = koefisien regresi X2

X1 = rasio likuiditas

X2 = rasio profitabilitas

e = kesalahan pengganggu (*error terms*)

Uji koefisien regresi (Uji T)

Pengujian terhadap t-statistik dengan standar signifikansi $\alpha = 0,05$ adalah:

Hipotesis H_1

Jika nilai signifikansi < α , maka H_1 diterima dan sebaliknya. Artinya ada pengaruh likuiditas yang diukur dengan *current ratio* terhadap harga saham.

Hipotesis H_2

Jika nilai signifikansi $< \alpha$, maka H_2 diterima dan sebaliknya. Artinya ada pengaruh profitabilitas yang diukur dengan *Return On Investment* (ROI) terhadap harga saham.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Jika analisis regresi yang tidak berdasarkan OLS tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik, misal regresi yang logistik atau regresi ordinal.

Analisis regresi linier berganda perlu dilakukan pengujian asumsi klasik yang bertujuan untuk menghindari adanya kemungkinan penyimpangan-penyimpangan asumsi klasik. Terdapat 4 uji asumsi klasik yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

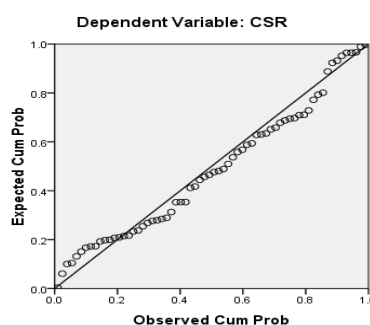
Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel *size* perusahaan, variabel profitabilitas, variabel *leverage* dan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini pengujian normalitas data dilakukan dengan cara :

Analisis Grafik

Metode analisis grafik dapat dilihat dengan melihat grafik *normal probability plot* yang membandingkan diatribusi kumulatif data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif distribusi normal atau mendekati normal pada output SPSS. Hasil *output* SPSS grafik *normal probability plot* dapat dilihat pada gambar berikut ini

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 1

Tabel 3
Uji Normalitas

	unstandardized Residual
N	66
Kolmogorov-Smirnov Z	0,715
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,685

Sumber: Output SPSS (Data diolah), 2018

Hasil dari pengolahan data penelitian dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* yang tersaji pada tabel 4. Diperoleh signikansi variabel sebesar 0,685 yaitu lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan bahwa data penelitian terdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel *size* perusahaan, variabel profitabilitas dan variabel *leverage*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel *size* perusahaan, variabel profitabilitas dan variabel *leverage*. Ada tidaknya masalah multikolinieritas dalam model regresi dapat dideteksi dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Adanya multikolinieritas ditunjukan dengan nilai *tolerance* $< 0,10$ dan $VIF > 10$. Hasil dari multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut

:

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Nilai VIF	Keterangan
SIZE	1.043	Tidak terjadi Multikolonieritas
ROA	1.113	Tidak terjadi Multikolonieritas
DER	1.103	Tidak terjadi Multikolonieritas

Sumber : Data Penelitian Diolah (SPSS)

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa variabel *size*, profitabilitas dan *leverage* memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan *VIF* > 10. Dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi klasik tidak adanya multikolinieritas, sehingga model tersebut dapat digunakan.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi kesalahan pengganggu pada uji t dengan kesalahan pengganggu t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak mengandung autokorelasi. Pengujian autokorelasi dalam penelitian menggunakan metode *Durbin-Watson*. Untuk nilai observasi (n) sebesar 66 dan jumlah variabel independen 3, pada tabel *Durbin-Watson* (DW) diperoleh nilai batas atas (*du*) sebesar 1,6974 dan nilai batas bawah (*dl*) sebesar 1,5079. Hasil pengujian autokorelasi dengan menggunakan SPSS menunjukkan angka *Durbin-Watson* sebagai berikut :

Tabel 5
Uji Autokorelasi

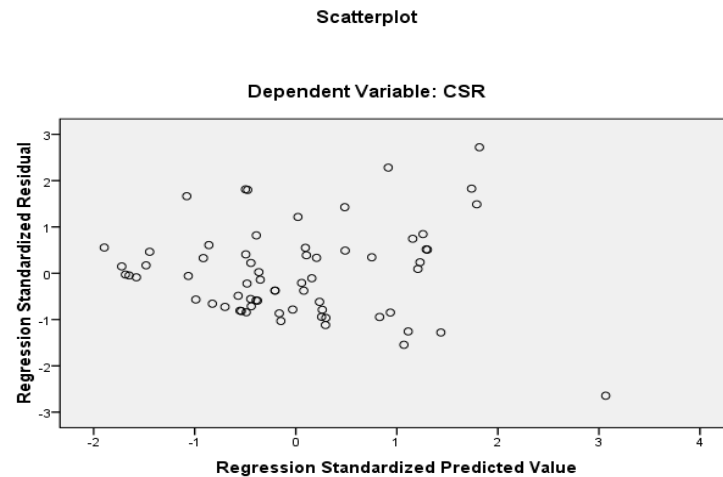
Model	Durbin-Watson	Keterangan
1	1.792	Tidak terjadi Autokorelasi

Sumber : Data Penelitian Diolah (SPSS)

Berdasarkan tabel 4.9 , nilai *Durbin-Watson* menunjukkan angka sebesar 1,792 yang artinya $d_u < dw < 4-d_u$. Sehingga , dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi *autokorelasi* positif maupun negatif pada model regresi yang digunakan.

Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dilakukannya uji *heteroskedastisitas* adalah untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Penelitian ini menggunakan uji *scstterplot* untuk menguji *heteroskedastisitas*. Cara mendeteksi ada tingkat gejala *heteroskedastisitas* adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* disekitar nilai X dan Y. Jika ada pola tertentu maka telah terjadi gejala *heteroskedastisitas*. Adapun hasil dari uji *heteroskedastisitas* adalah sebagai berikut :



Gambar 2
Hasil Uji Regression Uji Scater Plot

Berdasarkan gambar 4. Terlihat bahwa grafik *output scatterplot* diatas, titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah *heteroskedastisitas* pada setiap model regresi, sehingga model regresi layak digunakan.

Hasil uji regresi linier berganda

Tabel 6
Uji Koefisien Regresi Berganda

Variabel	B	Std. Error
(Constant)	-44.921	16.128
SIZE	2.050	0.558
ROA	0.003	0.093
DER	-0.030	0.016

Sumber: Data penelitian Diolah (SPSS)

Berdasarkan tabel koefisien yang diperoleh, dapat dirumuskan suatu persamaan regresi untuk melihat pengaruh *size*, profitabilitas dan *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* sebagai berikut:

$$\text{CSR} = -44.921 - 2.050X_1 + 0,003X_2 + 0,030X_3 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi berganda tersebut, masing-masing variabel *size*, profitabilitas dan *leverage* dapat diinterpretasikan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan sebagai berikut :

Konstanta (β) sebesar -44,921 menyatakan bahwa jika variabel *size*, profitabilitas dan *leverage* bernilai nol atau konstanta maka variabel *Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah menurun sebesar 44,921.

Koefisien nilai X_1 sebesar 2,050 menunjukkan bahwa jika variabel ukuran perusahaan meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel independen lainnya konstan maka variabel *Corporate Social Responsibility Disclosure* naik sebesar 2,050.

Koefisien nilai X_2 sebesar 0,003 menunjukkan bahwa jika variabel profitabilitas meningkat 1% dengan asumsi variabel dependen lainnya konstan maka variabel *Corporate Social Responsibility Disclosure* akan naik sebesar 0,003.

Koefisien nilai X_3 sebesar -0,030 menunjukkan bahwa jika variabel *leverage* meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel independen lainnya konstan maka variabel *Corporate Social Responsibility Disclosure* menurun sebesar 0,030.

Hasil Hipotesis**Hasil Determinasi**

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan dengan tujuan untuk melihat sejauh mana variabel *size* perusahaan, profitabilitas dan *leverage* mampu menjelaskan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Tabel 7
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square
1	.491 ^a	.241

Sumber : Data Penelitian Dioalah (SPSS)

Berdasarkan tabel 4.11 diatas bahwa nilai R_2 dari analisis diatas adalah 0,241 atau dapat dikatakan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) *Disclosure* dipengaruhi oleh *size* perusahaan, profitabilitas dan *leverage* sebesar 24,1% sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada dalam penelitian ini.

Hasil Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui signifikansi secara persial antara variabel *size* perusahaan, profitabilitas dan *leverage* dengan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan mengasumsikan bahwa variabel *size* perusahaan, profitabilitas dan *leverage* lainnya konstan. Dasar penerimaan atau penolakan hipotesis dapat dilihat dari nilai signifikansinya. Variabel *size*, profitabilitas dan *leverage* dikatakan memiliki pengaruh signifikansi terhadap variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) apabila variabel *size*, profitabilitas dan *leverage* memiliki nilai (sig) dibawah 0,05 (<0,05).

Tabel 8
Uji Persial

Variabel	T	Nilai Sig
(Constant)	-2.785	0.007
SIZE	3.671	0.001
ROA	0.030	0.976
DER	-1.921	0.059

Sumber: Data penelitian Diolah (SPSS)

Berdasarkan tabel diatas pengujian secara persial menunjukkan bahwa secara persial *size* dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Hal ini menunjukkan oleh nilai sigifikan *size* sebesar 0,001 dan nilai signifikan *leverage* sebesar 0,019 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Sedangkan variabel profitabilitas tidak berpengaruh signifikan karena nilai signifikannya adalah 0,972 yang berarti lebih besar dari 0,05.

Pembahasan Hasil Penelitian**Pembahasan Pengaruh Size Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure**

Hasil uji linier menunjukkan bahwa *size* perusahaan yang diukur menggunakan total aset berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Pengujian hipotesis 3 menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) *Disclosure*. Berdasarkan tabel 4.12 diatas diperoleh koefisien regresi untuk variabel *leverage* sebesar -0,30 dan nilai t hitung -1,921 dengan nilai sig 0,059. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$ yang menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) *Disclosure*, maka dengan demikian variabel *leverage* diterima.

Dengan demikian penelitian ini mendukung hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan pengaruh *size* perusahaan yang signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bramantya Adhi Cahya (2010) yang menyatakan bahwa *size* perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Pada dasarnya *size* perusahaan menunjukkan total aset perusahaan, pengaruh *size* perusahaan terhadap pengungkapan CSR secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar karena perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggung jawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan, dengan pengungkapan kepedulian lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat tuntutan masyarakat. Semakin besar perusahaan maka melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas ataupun sebaliknya. Perusahaan besar akan melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas karena perusahaan besar memiliki aktivitas yang lebih kompleks dan menjadi pusat perhatian sehingga pengungkapan lebih luas akan mengurangi biaya politis perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Linda dan Erlina (2012), Sukmawati dan Maswar (2013), Didin (2011) serta Ayu Intan (2016).

Pembahasan Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas yang diukur menggunakan ROA tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Dengan demikian penelitian ini tidak mendukung hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, sehingga hipotesis kedua ditolak. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fida Nuzula Ramadhani (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Artinya bahwa perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi belum tentu melakukan aktivitas sosial karena perusahaan lebih berorientasi pada laba semata. Hal ini didukung oleh argumentasi bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan atau manajemen menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca "*good news*" kinerja perusahaan. "*good news*" ini dapat berupa aktivitas-aktivitas sosial lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan. Hasil penelitian ini tidak mendukung teori yang menyatakan bahwa dengan adanya laba yang tinggi maka manajemen akan melakukan pengungkapan CSR yang luas. Hal ini terjadi karena perusahaan industri barang konsumsi memiliki ROA yang positif menjadikan perusahaan cenderung dianggap mampu bertahan dimasa depan. Sehingga walaupun tergolong ROA yang kurang bagus perusahaan belum menganggap perlu memberikan pengungkapan yang luas tentang CSR. Profitabilitas secara persial pada penelitian ini tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bramantya (2010) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Profitabilitas yang mempunyai arah hubungan yang negatif, ini menunjukkan terjadinya hubungan yang berbanding terbalik antara profitabilitas dengan CSR, meskipun profitabilitas yang dimiliki perusahaan rendah namun pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan cukup tinggi, dan begitu juga sebaliknya semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka pengungkapan CSR semakin sedikit atau rendah. Ini menunjukkan adanya kesadaran bagi pihak perusahaan atas pentingnya melakukan pengungkapan CSR. Ini menjelaskan profitabilitas yang rendah perusahaan akan tetap melakukan pengungkapan CSR lebih baik lagi karena perusahaan berharap walaupun profitabilitas perusahaan rendah para investor akan tetap mau berinvestasi di perusahaan tersebut.

Pembahasan Pengaruh *Leverage* Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *leverage* yang diukur menggunakan *Debt Equity Ratio* (DER) berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Dengan demikian hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, sehingga hipotesis ketiga diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bramantya (2010) yang menyatakan bahwa *leverage*

berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Rasio *leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap ekuitas pemegang saham. Rasio ini tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Oleh karena itu perusahaan yang mempunyai *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk mengungkapkan CSR. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Oleh karena itu, perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dari pada perusahaan yang memiliki rasio *leverage* rendah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan yaitu *size* perusahaan yang diukur menggunakan total aset, profitabilitas yang diukur menggunakan ROA dan *leverage* yang diukur menggunakan *debt to equity ratio* (DER) pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI dengan periode pengamatan 2013-2015. Jumlah sampel yang diperoleh 22 perusahaan dengan jumlah populasi 37 perusahaan. Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan hasil sebagai berikut :

1. *Size* perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
Size perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* dengan melihat hasil uji regresi linier berganda yaitu koefisien signifikansi variabel *size* perusahaan sebesar 0,001 dibawah tingkat signifikansi sebesar 0,05, maka hipotesis yang menyatakan *size* perusahaan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *size* perusahaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
2. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* signifikansi variabel profitabilitas yaitu 0,976 diatas tingkat signifikansi sebesar 0,05, maka hipotesis yang menyatakan profitabilitas ditolak. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya suatu profitabilitas perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga, profitabilitas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
3. *Leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
Leverage yang diukur menggunakan *debt equity ratio* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* dengan tingkat signifikai sebesar 0,059 dibawah tingkat signifikansi 0,05 maka hipotesis *leverage* diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh seacara signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Saran

- a. Penelitian ini selanjutnya dapat dilakukan dengan menambah atau menggunakan beberapa variabel lain, misal kepemilikan manajemen, umur perusahaan dan dewan komisaris indepeneden. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperpanjang periode pengamatan sehingga dapat mendekati gambaran hasil mendekati kondisi yang sebenarnya
- b. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan sampel perusahaan tidak hanya perusahaan industri barang konsumsi namun juga ditambah dengan perusahaan lain, sehingga lebih luas dalam penelitiannya
- c. Bagi manajemen perusahaan dijadikan dasar untuk pengambilan keputusan atau tindakan dalam melakukan tanggung jawab sosial. Perusahaan juga diharuskan untuk melakukan tanggung jawab sosial untuk kelesatarian lingkungan sekitar akibat dari aktivitas perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajilaksana, I Dewa Ketut Yudyadana. 2011. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan*. Skripsi. Universitas Diponegoro : Semarang
- Cahya. Bramantya Adhi. 2010. *Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Tanggung Jawab Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang
- Dewi, Safitri Sukmawati dan Maswar. 2013. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Vol. 2 No. 3
- Fahmi, Irham. 2011. *Analisis kinerja keuangan*. ALFABETA : Bandung
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Edisi pertama. Graha Ilmu : Yogyakarta
- Husnan. Ahmad. 2013. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan*. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang
- Irmawati, Didin. 2011. *Pengaruh Size, Profitabilitas, Leverage dan Kepemilikan Manajemen Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang
- Kasmir. 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada : Jakarta
- Paramita, Ratna Wijayanti Daniar. 2012. *Pengaruh Leverage, Firm Size, dan Voluntary Disclosure terhadap Earnings Response Coefficient (ERC)*. Jurnal WIGA Vol.2 No. 2
- Permatasari. Ayu Intan. 2016. *Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Vol. 5 No. 6
- Pratiwi, Putri Rossy. 2017. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Manajemen Laba dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating*. Skripsi. STIE Widya Gama : Lumajang
- Rahmawati, Ala'. 2012. *Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Corporate financial Performance dengan Corporate Social Responsibility Disclosure sebagai Variabel Intervening*. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Ramadhani, Fida Nuzula dan Mashariono. 2017. *Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Tanggung Jawab Perusahaan*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 6 No. 7
- Santioso, Linda dan Erlina Chandra. 2012. *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Umur Perusahaan dan Dewan Komisaris Independen dalam pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Jurnal Bisnis dan Akuntansi Vol. 14 No. 1
- Susanti, Alifi Tria. 2017. *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Variabel Moderasi*. Skripsi. STIE Widya Gama : Lumajang
- Taufiq, Muchammad. 2017. *Aspek hukum dalam ekonomi*. Edisi ke satu. Media Nusa Creative : Malang
- Untung, Budi. 2014. *Corporate Social Responsibility*. Sinar Grafika : Jakarta
- _____. 2008. *Corporate Social Responsibility dalam dunia bisnis*. CV ANDI OFFSET : Yogyakarta
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tentang Perseroan Terbatas (PT). 2007. Sekretariat Negara. Jakarta
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tentang Penanaman Modal (PM). 2007. Sekretariat Negara. Jakarta
- <http://www.sahamok.com> (diakses tanggal 2 Maret 2018)
- <http://www.idx.co.id> (diakses tanggal 2 Maret 2018)