

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CSR PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI

Chandra Kristiana ¹⁾

Rispantyo ²⁾

Djoko Kristianto ³⁾

^{1, 2, 3)} Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta

e-mail: ¹⁾ chandrakristiana@gmail.com

²⁾ rispantyo@yahoo.co.id

³⁾ djokokristianto@yahoo.co.id,

ABSTRACT

The purpose of this research was to analyze the influence of company size, profitability and leverage to the Corporate Social Responsibility disclosure. This research method using case studies on the company's industrial sector manufacturing consumer goods registered in BEI during period 2013-2014. This study uses secondary data annual report of the company. The sampling method in this study is purposive sampling. Total number of samples in this study were 68 research samples. The analysis technique use in this study is the method of multiple linear regression the results of this research indicated that the company size has a significant positive influence on the CSR Disclosure, while profitability and leverage has no influence on the CSR Disclosure

Keywords: CSR disclosure, company size, profitability and leverage

PENDAHULUAN

Sekarang ini, kita sudah memasuki zaman modern, di mana semua kegiatan apapun tidak pernah lepas dari teknologi yang canggih, terutama bagi para pelaku bisnis. Penggunaan teknologi canggih sudah menjadi keharusan dalam menjalankan bisnis. Hal ini tentu sangat bermanfaat bagi perusahaan yang memang memerlukan sarana untuk memudahkan dalam menjalankan aktivitas. Dampak teknologi berpengaruh di dunia perindustrian, artinya dengan adanya teknologi yang canggih akan mempermudah proses produksi, produktifitas dunia industri semakin meningkat dan semakin ketatnya persaingan pada dunia kerja. Meskipun memiliki dampak positif yang besar bagi bangsa dan negara, penggunaan teknologi canggih ini kadangkala menjadi sebuah masalah bagi perusahaan itu sendiri. Tidak sedikit perusahaan-perusahaan yang membuat resah masyarakat karena adanya pencemaran yang merusak lingkungan seperti pencemaran tanah, air dan udara. Hal ini tentu saja mengakibatkan gangguan kesehatan bagi masyarakat sekitar pabrik. Kasus pencemaran udara yang terjadi pada industri diakibatkan oleh pembuangan gas pembakaran mesin diesel dan gas sisa produksi yang dibuang melalui cerobong asap. Berbeda dengan kasus pencemaran udara, pencemaran air dan tanah dipengaruhi oleh pembuangan limbah yang dibuang ke sungai atau saluran air warga. Limbah ini bukan hanya mengganggu kesehatan warga namun juga dapat mengganggu populasi hewan dan tumbuhan air serta dapat menyebabkan mutasi.

Kesadaran masyarakat akan peran perusahaan dalam lingkungan sosial pun semakin meningkat. Perusahaan tentunya harus mengadakan evaluasi mengenai kinerja dan produk yang dihasilkan agar tetap dapat bersaing dengan para pesaing yang lebih baik dan kompeten. Elkington (dalam Purnasiwi, 2011) menyatakan bahwa jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka perusahaan tersebut harus memperhatikan *triple*

bottom, yaitu selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Citra perusahaan merupakan sesuatu hal yang penting dan harus dimiliki oleh setiap perusahaan untuk dapat bersaing. Suherman Kusniadji (2011) menyatakan bahwa meningkatnya citra perusahaan akan memiliki implikasi yang strategis bagi perusahaan itu sendiri karena reputasi yang baik merupakan salah satu keunggulan kompetitif. Memiliki citra yang baik dapat memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan itu sendiri. Cara meningkatkan citra perusahaan salah satunya adalah dengan melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau bisa dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

CSR merupakan konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab dan sikap kepedulian perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar di mana perusahaan itu berada, seperti melakukan sesuatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan, memberikan beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada. Pengungkapan tersebut bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan stakeholder lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan CSR dan lingkungan sosial dalam setiap aspek kegiatan operasinya (Darwin, 2007 dalam Karina dan Yuyetta, 2013). Utama (2007) mengungkapkan bahwa saat ini tingkat pelaporan dan pengungkapan CSR di Indonesia relatif rendah. Selain itu, apa yang diungkapkan sangat beragam, sehingga menyulitkan pembaca laporan tahunan untuk melakukan evaluasi.

KAJIAN TEORI

Pengungkapan (*disclosure*)

Pengungkapan (*disclosure*) merupakan upaya transparansi perusahaan dalam menyajikan informasi, baik itu keuangan ataupun non keuangan kepada para pengguna informasi tersebut dalam pengambilan keputusan. Menurut Purnasiwi (2011) tiga konsep pengungkapan yang umum diusulkan adalah:

- a. Pengungkapan yang cukup (*adequate disclosure*), yaitu pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh peraturan yang berlaku di mana angka-angka yang disajikan dapat diinterpretasikan dengan benar oleh investor.
- b. Pengungkapan wajar (*fair disclosure*) yang secara tidak langsung merupakan tujuan etis agar memberikan perlakuan yang sama kepada semua pemakai laporan dengan menyediakan informasi yang layak terhadap pembaca potensial.
- c. Pengungkapan lengkap (*full disclosure*) menyangkut kelengkapan penyajian informasi yang diungkapkan dengan relevan dan memberi kesan penyajian yang melimpah.

Laporan keuangan menjadi suatu mekanisme yang penting karena merupakan alat komunikasi bagi manajer dengan pihak lain di luar perusahaan seperti investor, kreditur dan pengguna informasi lainnya.

Corporate Social Responsibility

Tanggung jawab sosial perusahaan sering disebut juga sebagai *corporate social reporting*, *social accounting*, *social disclosure* atau *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Menurut Eva Zhoriva Yusuf dan Lesley Williams (2007, p. 242) dalam Kusniadji (2011), CSR dapat membantu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, menurunkan biaya operasinya, meningkatkan citra merek dan reputasinya, meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan,

menghasilkan produktivitas dan kualitas produk yang lebih tinggi, menarik dan mempertahankan karyawan, mengakses modal, membantu memastikan keselamatan produk, serta menurunkan kewajiban legal suatu organisasi. CSR juga memberikan manfaat kepada masyarakat dan khalayak.

Pengungkapan CSR

Pengungkapan CSR ini merupakan sebuah sinyal positif yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak luar perusahaan yang nantinya akan ditanggapi oleh *stakeholder* dan *shareholder*. Dengan mengkomunikasikan CSR-nya, makin banyak masyarakat yang mengetahui investasi sosial perusahaan sehingga tingkat risiko perusahaan menghadapi gejolak sosial akan menurun. Jadi, melaporkan CSR kepada khalayak akan meningkatkan nilai perusahaan. Alasan utama pengungkapan sosial dilakukan dalam tanggung jawab perusahaan adalah agar pihak investor dapat melakukan pengambilan keputusan investasi. Juga hal ini dilakukan perusahaan untuk memperoleh nilai tambah dari kontribusi masyarakat di sekitar perusahaan termasuk dari penggunaan sumber-sumber sosial (*socialresources*).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan pengukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan total aset, penjualan, dan ekuitas total utang dan ukuran perusahaan memiliki korelasi kuat dan positif (Odgen, 1987 dalam Magreta dan Nurmawanti, 2009). Menurut Gratia (2015) ukuran perusahaan adalah suatu skala yang menentukan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari nilai *equity*, nilai penjualan, jumlah karyawan dan nilai total aktiva yang merupakan variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi.

Profitabilitas

Menurut Pearce dan Robinson (2008:241) profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dipilih oleh manajemen suatu organisasi. Rasio profitabilitas yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan dan efektivitas manajemen dalam mengelola sumber-sumber yang dimilikinya. Rasio profitabilitas mengindikasikan seberapa efektif keseluruhan perusahaan dikelola. Rasio profitabilitas bertujuan mengukur efektivitas manajemen yang tercermin pada imbalan atas hasil investasi melalui kegiatan perusahaan atau dengan kata lain mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan dan efisiensi dalam pengelolaan kewajiban dan modal.

Leverage

Definisi *leverage* menurut Sartono (2008: 257) dalam Novanti Gatria (2015) adalah penggunaan *asset* dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Menurut Sjahrian (2009: 147) dalam Gatria (2015) *Leverage* adalah penggunaan aktiva dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) berarti dari sumber dana yang berasal dari pinjaman karena memiliki bunga sebagai beban tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham.

Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang dan judul penelitian, maka pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?

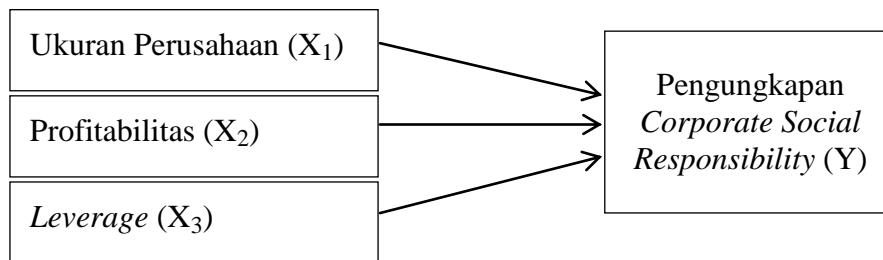
Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka penelitian ini memiliki Tujuan sebagai berikut:

- Untuk menganalisis pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.
- Untuk menganalisis pengaruh antara profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.
- Untuk menganalisis pengaruh antara *leverage* terhadap pengungkapan CSR.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Keterangan:

Variabel independen: Ukuran Perusahaan (X_1), Profitabilitas (X_2), dan *Leverage* (X_3)

Variabel dependen: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Y)

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H₁: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2013-2014
- H₂: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2013-2014
- H₃: *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2013-2014

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berupa studi kasus di perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2014, yang dimuat dalam www.idx.co.id. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi dipilih karena merupakan perusahaan yang lebih banyak memiliki dampak pada lingkungan dibandingkan dengan perusahaan jasa dan memiliki populasi yang cukup besar. Populasi penelitian ini sebanyak 37 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2014. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian sampel adalah:

- Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2014.
- Perusahaan tersebut tidak menerbitkan *annual report* periode 2013-2014.
- Perusahaan tersebut tidak menyediakan informasi mengenai pelaksanaan CSR.
- Perusahaan tidak menyajikan data karakteristik perusahaan seperti ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*.

Dari 37 perusahaan yang terdaftar, hanya 34 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel penelitian yang telah ditetapkan, jumlah pengamatan penelitian ini adalah selama 2 tahun, tahun 2013-2014. Maka dari itu sampel yang digunakan dalam penelitian ini 68. Metode

pengumpulan data yang digunakan dengan cara studi dokumentasi berupa laporan tahunan yang telah dipublikasikan oleh perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi pada periode tahun 2013-2014 di website Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

Pada penelitian ini variabel ukuran perusahaan (*Corporate size*) diukur dari total aset yang dimiliki perusahaan yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan. Metode pengukuran ini berdasarkan pengukuran yang telah dilakukan oleh Karina dan Yuyetta (2013).

$SIZE = \log(\text{nilai buku total aset})$

Pada penelitian ini rasio profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return on Asset* (ROA). ROA dipilih untuk mewakili profitabilitas karena rasio ini merupakan rasio terpenting untuk mengetahui profitabilitas suatu perusahaan. Menurut Arif Sugiono dan Edy Untung (2008: 70-71) rumus ROA sebagai berikut:

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

Ratio leverage yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan rasio *Debt To Equity Ratio* (DER). DER dipilih untuk mewakili variabel *leverage* karena kreditor mengharapkan Ekuitas (dana yang disediakan pemilik sebagai margin keamanan). Artinya jika pemilik memiliki dana yang kecil sebagai modal, risiko bisnis terbesar akan ditanggung kreditor. Menurut Arif Sugiono dan Edy Untung (2008: 63-65) rumus DER sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Modal}}$$

Kategori pengungkapan sosial yang digunakan dalam penelitian ini mengadopsi pada Sembiring (2005). Indikator pengungkapan tanggung jawab sosial menurut Sembiring (2005) terdiri dari tujuh indikator, yaitu indikator lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Masing-masing indikator memiliki sub indikator yang ditotal menjadi 78 sub indikator. Kategori ini dipilih karena sesuai dengan kondisi perusahaan di Indonesia. Setiap *item* CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Adapun rumus untuk menghitung CSRI (Karina dan Yuyetta, 2013)

$$CSRI_i = \frac{\sum X_{yi}}{n_i}$$

Di mana:

CSRI_i : *Corporate Social Responsibility Index* pada perusahaan i

$\sum X_{yi}$: Jumlah nilai yang diungkapkan dalam *annual report*

n_i : Total keseluruhan *item* (78)

Untuk menguji hipotesis dan memperoleh hasil penelitian maka teknik analisis data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda yang dilakukan dengan bantuan SPSS 21. Model persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Pengungkapan CSR

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

X_1 = Ukuran Perusahaan

- X_2 = Profitabilitas
 X_3 = *Leverage*
 e = *Error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel berikut adalah statistik deskriptif dari variabel dependen pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan variabel independen yaitu ukuran perusahaan (SIZE), profitabilitas (ROA) dan *Leverage* (DER)

Tabel 1: Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SIZE	68	10,93	13,89	12,2403	0,70614
ROA	68	-0,05	0,56	0,1258	0,13442
DER	68	0,00	9,47	1,0090	1,50272
CSR	68	0,05	0,73	0,2450	0,12630
Valid N (listwise)	68				

Sumber: Data yang diolah, 2016

Dari data statistik deskriptif di atas dapat dilihat bahwa 68 sampel laporan tahunan perusahaan menunjukkan hasil rata-rata pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 0,2450 atau 24,5% yang berarti rata-rata tingkat pengungkapan CSR masih rendah yakni jauh dari nilai maksimum, maka dapat disimpulkan bahwa kesadaran untuk melakukan pengungkapan CSR masih rendah. Untuk nilai minimumnya 0,05, nilai maksimum 0,73. Nilai ukuran perusahaan (SIZE) terendah adalah 10,93, nilai tertinggi sebesar 13,89, rata-rata nilai size didapat nilai sebesar 12,2403. Profitabilitas (ROA) mempunyai rata-rata nilai sebesar 0,1258, nilai terendah sebesar -0,05, nilai tertinggi sebesar 0,56. *Leverage* (DER) mempunyai nilai rata-rata sebesar 1,0090, nilai minimumnya sebesar 0,00, nilai maksimumnya sebesar 9,47.

Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian terdiri dari uji multikolinearitas, uji heteroskedasitas, uji autokorelasi dan uji normalitas

Tabel 2: Asumsi Klasik

Variabel terikat	Variabel bebas	Uji asumsi klasik	Hasil uji	kesimpulan
Pengungkapan CSR	Ukuran perusahaan	Uji Multikolinearitas	Tolerance (0,864) > 0,1	Bebas multikolinearitas
			VIF (1,158) < 10	
	Profitabilitas		Tolerance (0,896) > 0,1	
			VIF (1,116) < 10	
Leverage	Tolerance (0,948) > 0,1			
	VIF (1,055) < 10			
		Uji heteroskedasitas	P (0,296, 0,398, 0,108) > 0,05	Bebas Heteroskedasitas
		Uji autokorelasi	P (0,625) > 0,05	Tidak terjadi autokorelasi
		Uji normalitas	P (0,095) > 0,05	Residual normal

Sumber: data yang diolah, 2016

Dari tabel 2 di atas dapat dijelaskan bahwa variabel terikat dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR dan variabel bebasnya adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*. Uji asumsi klasik yang digunakan meliputi hasil uji multikolinearitas diperoleh ukuran perusahaan memiliki tolerance (0,864) > 0,1 VIF (1,158) < 10, profitabilitas memiliki tolerance (0,896) > 0,1 VIF (1,116) < 10 dan *leverage* memiliki tolerance (0,948) > 0,1 VIF (1,055) < 10 yang berarti bebas multikolinearitas. Hasil Uji heteroskedasitas diperoleh ukuran perusahaan 0,296 > 0,05, profitabilitas 0,398 > 0,05, *leverage* 0,108 > 0,05 yang berarti bebas heteroskedasitas. Hasil Uji autokorelasi menggunakan *Run Test* menunjukkan nilai *Asymp Sig (2-tailed)* sebesar 0,625 > 0,05 yang berarti data yang dipergunakan adalah *random* sehingga tidak terdapat korelasi antar residual. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa semua variabel tersebut normal karena *Unstandardized Residual Asymp Sig (2-tailed)* dari pengujian *Kolmogorov-Smirnov Test (K-S)* diperoleh nilai sebesar 0,095 > 0,05. Hal ini menunjukkan keadaan bahwa data residual berdistribusi normal.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap variabel terikat yaitu pengungkapan CSR. Berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan program SPSS versi 21, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3: Analisis Regresi Linear Berganda

Model	B	t	Sig.
konstanta	-0,345	-1,276	0,207
Ukuran perusahaan	0,047	2,091	0,041
Profitabilitas	0,156	1,343	0,184
<i>Leverage</i>	-0,007	-0,685	0,496
Adjusted R ²	0,078		
Uji Signifikansi-F	0,042		

Sumber: data yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas diperoleh persamaan yaitu sebagai berikut:

$$Y = -0,345 + 0,047X_1 + 0,156X_2 - 0,007X_3$$

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat dilihat pengaruh antar variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

- a. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR
Hasil uji t di atas, menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan mempunyai signifikansi sebesar 0,041 < 0,05 dan koefisien beta bernilai positif. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil tersebut menunjukkan apabila ukuran perusahaan mengalami kenaikan maka *corporate social responsibility* juga akan mengalami peningkatan.
- b. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR
Hasil uji t menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,184 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan akan tetap mengungkapkan tanggung jawab sosialnya tanpa memperhatikan besar kecilnya laba yang dihasilkan

c. Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR

Hasil uji t menunjukkan variabel *leverage* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,496 > 0,05$ yang berarti tidak signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan akan tetap mengungkapkan tanggung jawab sosialnya tanpa memperhatikan besar kecilnya *leverage*.

Tabel koefisien determinasi pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *adjusted R²* sebesar 0,078 berarti diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel independen ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* terhadap variabel terikat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebesar 7,8% sedangkan sisanya $(100\% - 7,8\%) = 92,2\%$ dipengaruhi faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti, misalnya kepemilikan saham perusahaan, regulasi pemerintah, status permodalan, likuiditas dan lain sebagainya.

Hasil uji F pada tabel 3, terlihat bahwa probabilitas signifikan $0,042 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

KESIMPULAN

Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi. Hal ini berarti besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Semakin besar ukuran perusahaan maka pengungkap *Corporate Social Responsibility* juga akan semakin besar. Sehingga hasil ini sesuai dengan hipotesis yang pertama.

Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan akan tetap mengungkapkan tanggung jawab sosialnya tanpa memperhatikan besar kecilnya laba yang dihasilkan, oleh karena itu hipotesis kedua ditolak.

Dari hasil analisis data, *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini berarti besar kecilnya tingkat *leverage* suatu perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan. Karena tingkat perusahaan hanya menggambarkan resiko keuangan perusahaan tetapi tidak mempengaruhi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan oleh karena itu hipotesis tiga ditolak.

DAFTAR PUSTAKA

- Gatria, Novanti. 2015. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, Leverage, dan Produktivitas terhadap Peringkat Obligasi (Studi kasus pada Perusahaan yang menerbitkan Obligasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)". *Skripsi* Universitas Pasundan.
- Karina, Lovink Angel Dwi dan Yuyetta, Etna Nur Afri. 2013. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR". *Diponegoro Journal of Accounting*. Vol 2 No 2 hal 1-12
- Kusniadji, Suherman. 2011. "Mengkomunikasikan Program Corporate Social Responsibility untuk Meningkatkan Citra Perusahaan". *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara*. Tahun III/01/2011
- Pearce, John A dan Robinson, Richard B. 2007. *Manajemen Strategis-Formulasi, Implementasi, dan Pengembalian* (Penerjemah Yanivi Bachtiar dan Christine). Edisi 10 Buku 1. Salemba Empat. Jakarta
- Purnasiwi, Jayanti. 2011. "Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan Leverage terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". *Skripsi* Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

- Saputri, Ririn. 2011. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". *Skripsi Universitas Sumatra Utara*.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. "Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta". *SNA VIII Solo, 15 – 16 September 2005*
- Sugiono, Arief dan Untung, Edy. 2008. *Panduan Praktis Dasar Analisa Laporan Keuangan: Pengetahuan Dasar Bagi Mahasiswa dan Praktisi Perbankan*. Grasindo. Jakarta
- Utama, Sidharta. 2007. "Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia". [Http://www.ui.edu](http://www.ui.edu) .