

**PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN GROWTH TERHADAP
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**
(Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2015)

¹Sri Sukenti, Nur Hidayati dan M. Cholid Mawardi
Universitas Islam Malang

This study aimed to analyze the influence of profitability, liquidity, and growth variables on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure in the annual report of manufacturing companies in Indonesia Stock Exchange (IDX). Data that was used in this research was secondary data and sample was selected with purposive sampling method. The method used to measure CSR disclosure was content analysis. The method of measuring the content analysis was done by providing a checklist on CSR items in the company's annual financial statements. The design of this research was quantitative and sample research from 30 manufacturing companies in Indonesia Stock Exchange (IDX) period of 2013-2015. The analysis model for this research was using multiple linear regression analysis. Based on the results of the research analysis, it could be seen that the profitability and growth variables have a positive effect on CSR disclosure, while the liquidity variables have no positive effect on CSR disclosure.

Keywords: Disclosure of CSR, Profitability, Liquidity, and Growth.

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Keuntungan merupakan salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh semua perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya (*shareholder*). Perusahaan berusaha mencari laba semaksimal mungkin melalui kegiatan ekonominya tanpa mempedulikan dampak yang ditimbulkan dari aktivitas usaha yang dilakukan, operasi bisnis yang dilakukan perusahaan akan selalu berimbas ke masyarakat atau komunitas perusahaan baik itu secara langsung maupun tidak langsung, maka dari itu perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial terhadap komunitas agar perusahaan selalu didukung komunitasnya sehingga perusahaan dapat terus beroperasi dengan lancar. Banyaknya perusahaan yang tidak memperdulikan lingkungan dan sosial karena perusahaan hanya sibuk dan fokus mencari laba semaksimal mungkin, hal tersebut menjadikan awal mula konsep *corporate social responsibility* lahir (Faisal , 2015). Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sesuai dengan kemampuan perusahaan tersebut sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan dimana perusahaan itu berada. Untuk kelangsungan jangka

panjang perusahaan, perusahaan harus memperhatikan kepentingan *stakeholdernya* dan menjalin kerjasama dengan *stakeholder* (Adila, 2016).

Di Indonesia, praktik CSR semakin menguat terutama setelah diberlakukan UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 1 poin 3 yang menyebutkan bahwa PT. yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Agustya, 2015).

Ide mengenai CSR sebagai sebuah tanggungjawab sosial perusahaan kini semakin diterima secara luas. Namun demikian, sebagai sebuah konsep yang masih relatif baru. CSR masih tetap kontroversial, baik bagi kalangan pebisnis maupun akademisi. Kelompok yang menolak mengajukan argumen bahwa perusahaan adalah organisasi pencari laba (*profit oriented*) dan bukan person atau kumpulan orang seperti halnya dalam organisasi sosial. Perusahaan telah membayar pajak kepada Negara dan karenanya tanggungjawabnya untuk meningkatkan kesejahteraan publik telah diambil-alih pemerintah. Kelompok yang mendukung berpendapat bahwa perusahaan tidak dapat dipisahkan dari para individu yang terlibat di dalamnya, yakni pemilik dan karyawannya. Karenanya, mereka tidak boleh hanya memikirkan keuntungan financial bagi perusahaannya saja. Melainkan pula harus memiliki kepekaan dan kepedulian terhadap publik, khususnya masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan (Lovink, 2013)

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana profitabilitas, likuiditas, dan *growth*, berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015?
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015?
3. Bagaimana pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015?
4. Bagaimana pengaruh *growth* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015?

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Menjelaskan bagaimana profitabilitas, likuiditas, dan *growth* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015.
2. Menjelaskan bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015.
3. Menjelaskan bagaimana pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015.

Menjelaskan bagaimana pengaruh *growth* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015.

2. TINJAUAN TEORI

Teori stakeholder

Hadi, (2011 : 93) *Stakeholder* adalah semua pihak, internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan demikian, *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti : pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga diluar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.

Berdasarkan asumsi *stakeholder theory*, maka perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern* (Hadi. 2011: 94-95).

Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)

Teori ini muncul karena adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar *terjadi* keselarasan, keserasian, dan keseimbangan, termasuk dalam lingkungan. Perusahaan yang merupakan kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, di mana antara keduanya saling pengaruh-mempengaruhi. Untuk itu, agar terjadi keseimbangan (*equality*), maka perlu kontrak sosial baik secara tersusun baik secara tersurat maupun tersirat, sehingga terjadi kesepakatan-kesepakatan yang saling melindungi kepentingan masing-masing. Interaksi perusahaan dengan masyarakat akan selalu berusaha untuk memenuhi

dan mematuhi aturan dan norma-norma yang berlaku di masyarakat, sehingga kegiatan perusahaan dapat dipandang *legitimate* (Hadi, 2011:96).

Dalam perspektif manajemen kontemporer, teori kontrak sosial menjelaskan hak kebebasan individu dan kelompok, termasuk masyarakat yang dibentuk berdasarkan kesepakatan-kesepakatan yang saling menguntungkan anggotanya. Hal ini sejalan dengan konsep *legitimacy theory* bahwa legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat keseuaian antara keberadaan perusahaan yang tidak mengganggu atau sesuai (*congruence*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan (Hadi 2011: 97).

Teori Legitimasi

Hadi (2011: 87) legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).

Dengan adanya penerimaan dari masyarakat tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan, sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan. Hal tersebut dapat mendorong atau membantu investor dalam melakukan pengambilan keputusan investasi. Teori legitimasi menyediakan perspektif yang lebih komprehensif pada pengungkapan CSR. Teori ini secara eksplisit mengakui bahwa bisnis dibatasi oleh kontrak sosial yang menyebutkan bahwa perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial perusahaan agar perusahaan memperoleh penerimaan masyarakat akan tujuan perusahaan yang pada akhirnya akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Lovink, 2013).

Teori legitimasi juga menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab perusahaan harus dilaksanakan sedemikian rupa agar aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Guna melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis sosial dan pengungkapan informasi lingkungan. Selain pengungkapan berbasis sosial kegiatan perusahaan juga dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan, sehingga praktik pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan.

CSR (*Corporat Social Responsibility*)

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Sosial Responsibility* menurut *World Business Council On Sustainable Development* (WBCSD) adalah suatu komitmen dari perusahaan untuk melaksanakan etika berperilaku dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Komitmen lainnya adalah meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, serta masyarakat luas. Harmonisasi antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya dapat tercapai apabila terdapat komitmen penuh dari manajemen puncak perusahaan terhadap penerapan CSR sebagai akuntabilitas publik (Effendi, 2016: 162).

Pengungkapan CSR

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu usaha perusahaan untuk menyeimbangkan komitmen-komitmennya terhadap kelompok dan individual dalam lingkungan perusahaan. Perusahaan semakin menyadari bahwa keberlangsungan hidup perusahaan tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan tempat perusahaan beroperasi (Santi, dkk 2015)

pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) mulai diwajibkan melalui UU Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007, khususnya untuk perusahaan-perusahaan yang hidup dari ekstraksi sumber daya alam. Dalam Pasal 74 Undang- Undang tersebut diatur tentang kewajiban pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Sehingga, tidak ada lagi sebutan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) yang sukarela, namun pengungkapan yang wajib hukumnya. Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) merupakan pengungkapan yang harus diungkapkan atau disyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku (kewajiban perusahaan). Sedangkan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) merupakan pengungkapan yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh peraturan yang berlaku. Pengungkapan program CSR di Indonesia (Adila, 2016)

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba atau *profit* yang akan menjadi dasar pembagian dividen perusahaan. Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan.

Likuiditas

Likuiditas menunjukkan hubungan antara kas dan aset lancar lainnya dari sebuah perusahaan dengan liabilitas lancarnya. Likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan entitas untuk membayar semua liabilitas finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aset lancar yang tersedia (Kamil dan Herusetya, 2012).

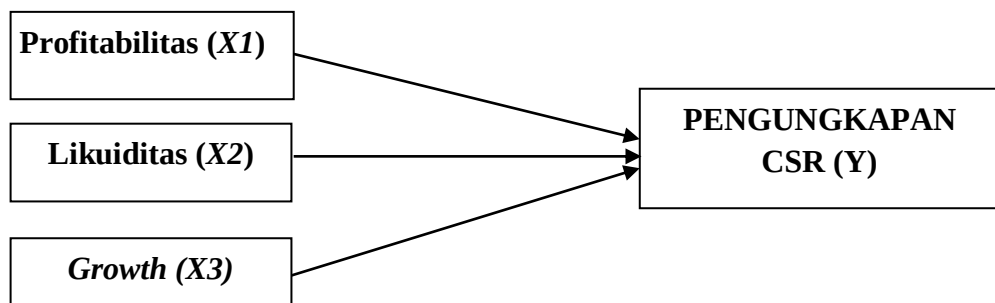
Likuiditas merupakan salah satu kinerja yang sering dijadikan tolak ukur investor dalam menilai perusahaan. Oleh karena itu ketika likuiditas yang dihasilkan rendah, perusahaan akan cenderung melakukan pengungkapan CSR.

Growth (Pertumbuhan Perusahaan)

growth merupakan tingkat pertumbuhan perusahaan yang dapat diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya. Perusahaan yang memiliki kesempatan tumbuh yang tinggi diharapkan akan memberikan profitabilitas yang tinggi di masa depan, diharapkan laba lebih persisten, sehingga investor akan lebih tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi akan mendapat banyak sorotan sehingga diprediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Rina, 2013).

Kerangka Konseptual

Berdasarkan yang telah di jelaskan sebelumnya dapat di buat kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya maka dapat rumuskan hipotesis sebagai berikut :

- H1 : Profitabilitas, Likuiditas, dan *Growth* secara simultan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015.
- H2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015.
- H3 : Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015.
- H4 : *Growth* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian korelasi kausatif (sebab akibat). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berasal dari laporan tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). Lokasi penelitian ini dilakukan di Galeri Investasi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang. Waktu penelitian ini dimulai pada bulan November 2016 – April 2017.

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2013-2015.

Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013 sampai dengan 2015 yang memenuhi kriteria ketersediaan

Kriteria-kriteria yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan tahunan lengkap secara berturut-urut dari tahun 2013-2015 di BEI.
2. Perusahaan mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan perusahaan, tahun 2013-2015 secara berturut-turut.
3. Perusahaan tidak mengalami kerugian selama tahun 2013-2015.
4. Perusahaan mengalami pertumbuhan penjualan (*growth*) positif secara berturut-turut dari tahun 2013-2015.
5. Laporan keuangan dinyatakan dalam satuan mata uang rupiah.

Variabel dependen

Variabel dependen penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan *content analysis*. *Content analysis* dapat dilakukan salah satunya dengan cara *checklist*, yang dilakukan dengan melihat pengungkapan sosial perusahaan dalam 7 kategori.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dihitung dengan rumus:

$$\text{Pengungkapan tanggung jawab sosial} = \frac{\text{Skor total yang diperoleh}}{\text{Skor total yang diharapkan}}$$

Variabel Independen

Profitabilitas

Sartono, (2000 : 68) mengatakan rasio profitabilitas mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang di tunjukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang di peroleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan dan sebagainya.

$$\text{Return on Total Assets} = \frac{\text{Laba Sebelum pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Likuiditas

Menggambarkan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Misalnya membayar gaji, membayar biaya oprasional, membayar hutang jangka pendek, dan lain sebagainya yang membutuhkan pembayaran segera atau telah jatuh tempo (Yamit, 2001: 3)

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva lancar}}{\text{Hutang lancar}}$$

Pertumbuhan (*Growth*)

Kemampuan perusahaan mempertahankan posisi usahanya di tengah pertumbuhan ekonomi dan sektor usahanya (Agustya, 2015). Pertumbuhan perusahaan (*growth*) dalam penelitian ini diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Rumusnya sebagai berikut:

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

Keterangan:

Penjualan $_t$: penjualan bersih (*net sales*) periode tahun berjalan.

Penjualan $_{t-1}$: penjualan bersih (*net sales*) periode tahun sebelumnya.

Metode Analisis Data

Metode analisis data digunakan untuk menguji hipotesis dengan analisis regresi linier berganda dengan tujuan untuk mengungkapkan pola dan dasar hubungan variabel-variabel yang diteliti. Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Ada tahapan yang dilakukan sebelum analisis regresi yaitu dengan menguji apakah data terdistribusi normal atau tidak.

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu pengujian yang digunakan untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal (Santoso, 2004: 212). Untuk menguji normalitas data bisa menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dimana pengambilan kesimpulan ditentukan sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi < 0.05 , maka persamaan regresi tidak berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi > 0.05 , maka persamaan regresi berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti ada hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel-variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat multikolinearitas diantara variabel-variabel independen (Santoso, 2004: 203). Deteksi adanya multikolinearitas dapat diketahui dengan besaran VIF (*Value Inflation Factor*), dengan pedoman bahwa suatu model regresi bebas dari multikolinearitas bila nilai VIF kurang dari 10.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dimaksudkan untuk melihat adanya korelasi antara anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu seperti dalam data deretan waktu atau diurutkan menurut ruang seperti dalam data *cross-sectional*. Pengujian terhadap asumsi autokorelasi dapat menggunakan Durbin-Watson Test (D-W-Test). Ada tidaknya masalah autokorelasi ditentukan oleh nilai D-W, bila nilai D-W berada di antara -2 sampai +2 maka dapat disimpulkan tidak ada autokorelasi (Santoso, 2004: 219).

Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah suatu keadaan dimana masing-masing kesalahan pengganggu dari variabel bebas mempunyai varian yang berbeda. Tujuan dari asumsi ini untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dalam residual antara suatu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Jika varian dari residual antara suatu pengamatan dengan pengamatan yang lain berbeda maka disebut heterokedastisitas (Santono, 2004: 208).

Pengujian Hipotesis

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

Keterangan:

Y = *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*

X_1 = *Profitabilitas (Return on Total Asset/ROA)*

X_2 = *Likuiditas (Current Ratio/CR)*

X_3 = *Pertumbuhan perusahaan (Growth)*

a = *konstanta/Intercept*

$b_1, \dots, b_3$ = *Koefisien regresi*

e = *Error*

Uji F Statistik

Algifari, (2000: 88) Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi

Mengukur tingkat ketepatan/kecocokan dari regresi linear berganda. Merupakan presentase sumbangan variabel X terhadap variasi Y secara bersama-sama, besarnya presentase sumbangan ini disebut koefisien determinasi berganda

dengan symbol R^2 . Dalam penelitian ini digunakan Adjusted R Square. Hal ini dikarenakan Adjusted R Square merupakan hasil penyesuaian R square terhadap tingkat kebebasan dari persamaan prediksi.

Uji Parsial (*t*-test)

Algifari, (2000: 89) Pengujian parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan melihat signifikansi dari nilai t (*t value*).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

A. Pengungkapan CSR

Variabel indeks pengungkapan CSR (CSR) memiliki nilai terendah 0,05, nilai maksimum 0,67 nilai rata-rata/*mean* dari variabel pengungkapan CSR adalah 0,3062 dan standar deviasi 0,17044 Indeks CSR yang diukur dengan 78 item pengungkapan diperoleh rata-rata sebesar 0,3062 atau 30%. Hal ini berarti bahwa dalam satu periode *annual report*, perusahaan telah mengungkapkan sebanyak 30% dalam *annual report* mengenai pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Indeks CSR terkecil adalah hanya sebesar 0,05 atau 5% dan indeks pengungkapan CSR terbesar adalah sebesar 0,67 atau sebesar 67%. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI telah banyak yang mengungkapkan CSR diberbagai item. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa item yang paling banyak diungkapkan oleh perusahaan adalah mengenai lingkungan. Hal tersebut menunjukkan bahwa yang menjadi perhatian perusahaan adalah mengenai lingkungan yang ada disekitar. Pengungkapan CSR mengenai lingkungan sangatlah penting karena berkaitan dengan limbah yang dihasilkan dari kegiatan perusahaan.

B. Profitabilitas

Variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai terendah 0,015 nilai maksimum 0,371 nilai rata-rata 0,139 dan standar deviasi 0,091. Variabel profitabilitas yang diukur dengan ROA menunjukkan rata-rata sebesar 0,139. Hal ini berarti bahwa rata-rata perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, mampu menghasilkan laba bersih hingga 0,139 atau 13.9% dari total aset yang dimiliki perusahaan. Nilai profitabilitas minimum diperoleh sebesar 0,015 atau laba mencapai 1.5% dari seluruh nilai aset perusahaan, dan profitabilitas maksimum adalah sebesar 0,371. Hal ini berarti perusahaan dapat menghasilkan laba bersih hingga 37.1% dari total aset yang dimiliki perusahaan.

C. Likuiditas

Variabel likuiditas (CR) memiliki nilai terendah 0.040, nilai maksimum 0.656, nilai rata-rata 0.217 dan standar deviasi 0.109. Variabel likuiditas yang diukur dengan CR menunjukkan rata-rata sebesar 0.217. Hal ini berarti bahwa rata-rata perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, memiliki aset lancar sebesar 21.7% dari seluruh hutang lancar.

D. Growth

Variabel *Growth* memiliki nilai terendah 0.0007, nilai maksimum 0,5786 nilai rata-rata 0,0983 dan standar deviasi 0,0969. Variabel *growth* yang diukur dengan *growth* (pertumbuhan penjualan) perusahaan menunjukkan rata-rata sebesar 0,0983. Hal ini berarti bahwa rata-rata pertumbuhan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI adalah 9.83%

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* (KS), didapatkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.161 lebih besar dari pada 0,05 maka, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

A. Uji Multikolonieritas

nilai *tolerance* dan VIF dari variabel profitabilitas sebesar 0.968 dan 1.033, likuiditas 0.949 dan 1.054, growth 0.980 dan 1.020. menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari ketiga variabel independen berada di atas 0.01 dan VIF kurang dari 10.00. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tersebut tidak terdapat masalah multikolinieritas, maka model regresi yang ada layak untuk digunakan.

B. Uji Autokorelasi

nilai Durbin Watson hasil pengujian berada diantara $du < dw < 4-du$ ($1,726 < 1,759 < 2,274$) maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi yang terbentuk.

C. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan gambar dapat diketahui bahwa data (titik-titik) menyebar secara merata di atas dan di bawah garis nol, dan tidak berkumpul di satu tempat, serta tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa pada uji regresi ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan analisis dengan program SPSS, maka dapat diketahui persamaan regresi yang berbentuk. Adapun persamaan regresi linier berganda diperoleh sebagai berikut :

$$CSR = 0.178 + 0.557 ROA + 0.005 CR + 0.412 GROWTH$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Koefisien regresi Profitabilitas menunjukkan pengaruh positif yaitu 0,557. Hal ini berarti meningkatnya nilai Profitabilitas, maka akan mengakibatkan pengungkapan CSR perusahaan manufaktur mengalami peningkatan.
- 2) Koefisien regresi Likuiditas menunjukkan pengaruh positif yaitu 0.005. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya nilai likuiditas, maka akan mengakibatkan pengungkapan CSR perusahaan manufaktur mengalami peningkatan.
- 3) Koefisien regresi *Growth* menunjukkan pengaruh positif yaitu 0,412. Hal ini berarti bahwa meningkatnya nilai *growth*, maka akan mengakibatkan pengungkapan CSR perusahaan manufaktur mengalami peningkatan.

Pengujian Hipotesis

Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai F sebesar 4.833 dan nilai signifikansi sebesar 0,004. Nilai nilai sig. (0,004) lebih kecil dari α (0,05) maka variabel profitabilitas, likuiditas, dan *Growth* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi (*adjusted R2*), besarnya nilai *R square* adalah 0,144 hal ini berarti 14.4% variabel dependen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yaitu profitabilitas, likuiditas dan *growth*. Sedangkan sisanya (100% - 14,4% = 85.6%) dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Signifikansi Parsial (Uji Signifikansi t)

Dari tabel 4.10 dapat diketahui hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) yaitu:

- a. Pengujian Hipotesis 1
Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 lebih kecil dari 0.05
- b. Pengujian Hipotesis 2
Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan nilai signifikansi sebesar 0,774 lebih besar dari 0.05.
- c. Pengujian Hipotesis 3
Growth berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan nilai signifikansi sebesar 0,022 lebih kecil dari 0.05

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, karena nilai signifikansi dari profitabilitas adalah 0,004 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka H1 diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka pengungkapan CSR juga akan semakin tinggi. Hasil penelitian ini jika dikaitkan dengan teori agensi, menunjukkan bahwa profitabilitas yang tinggi akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen (agen) untuk melakukan dan mengungkapkan kepada prinsipal mengenai program tanggung jawab sosial secara luas. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas/laba yang tinggi maka perusahaan akan lebih leluasa untuk memilih bentuk pengungkapan CSR mana yang akan dilakukan. perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dapat mengatasi timbulnya biaya-biaya atas pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut. 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.

Pengaruh Likuiditas terhadap pengungkapan CSR

Likuiditas tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR, karena nilai signifikansi dari likuiditas adalah 0,774 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi likuiditas perusahaan, maka pengungkapan CSR akan semakin rendah. Likuiditas yang tinggi membuat

perusahaan lebih memikirkan untuk melunasi hutang dari pada melakukan CSR. Hasil penelitian ini tidak mampu mendukung teori legitimasi, dengan alasan tingkat likuiditas yang tinggi, maka perusahaan lebih mementingkan melunasi hutangnya dari pada melakukan kegiatan sosial perusahaan terhadap masyarakat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Kamil dan Antonius (2012). Menurut Kamil dan Antonius (2012).

Uji hipotesis pengaruh *Growth* terhadap pengungkapan CSR

Growth mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR, dengan nilai signifikansi dari *growth* adalah 0,022 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, . Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi akan cenderung mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan agar dapat menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kredibilitas yang tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Agustya (2015) yang menyatakan bahwa *growth* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

- a. Hasil penelitian ini menerima hipotesis yang menyatakan bahwa profitabilitas, likuiditas, dan *growth* secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015.
- b. Hasil penelitian ini menerima hipotesis yang menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan yang diukur dengan rasio ROA berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015, dengan kata lain semakin profitabel maka pengungkapan CSR perusahaan akan semakin baik .
- c. Hasil penelitian ini menolak hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa likuiditas perusahaan yang diukur dengan rasio CR mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015.
- d. Hasil penelitian ini menerima hipotesis yang menyatakan bahwa *Growth* mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015. Artinya semakin perusahaan mengalami pertumbuhan penjualan maka akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan pengungkapan CSR.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain :

1. Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel sebagai variabel bebas dalam pengaruhnya terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga hasil nilai R square yang diperoleh kecil karena masih banyak variabel lain dapat mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian
2. Subyektif dalam menilai luas pengungkapan. Hal ini terjadi karena setiap pembaca melihat pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang diungkapkan perusahaan dari sudut pandang yang berbeda-beda.

Saran

- ✓ Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah periode pengamatan. Hal ini dikarenakan implementasi CSR harus dilakukan secara bertahap dan membutuhkan waktu yang lama, sehingga perusahaan sampel pada tahun 2013-2015 yang memiliki skor CSR rendah, mungkin saja akan memiliki skor CSR yang tinggi pada masa mendatang. Selain itu, dampak dari implementasi ini merupakan suatu hal yang berkesinambungan dan tidak dapat dilihat dalam waktu singkat.
- ✓ Selain data sekunder, peneliti juga dapat menggunakan data lain, seperti kuesioner, wawancara ke perusahaan secara langsung untuk mengetahui informasi yang lebih lengkap tentang pengungkapan CSR.
- ✓ Bagi pengelola pasar modal agar dapat memberikan sanksi bagi perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan nya, mengingat CSR sangat penting bagi masyarakat khususnya yang berada di sekitar lingkungan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Rudiant, Bambang dan Famiola, Melia. 2013. *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Rekayasa Sains.

- Effendi, Muhammad Arief. 2016. *The Power Of Good Corporate Governance: Teori Dan Implementasi*. Jakarta: Salemba empat.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu Yogyakarta.
- Sartono, Agus. *Manajemen Keuangan*. 2000. Yogyakarta: BPFE – Yogyakarta.
- Santoso, Singgih. 2004. *Buku Latihan Spss Statistic Parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Yamit, Zulian. *Manajemen Keuangan*. 2001. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Algifari, 2000. *Analisis Regresi Teori, Kasus dan Solusi*. Yogyakarta: BPFE
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 2014. *Metode Penelitian bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Effendi, Muhammad Arief. 2019. *The Power Of Good Corporate Governance: Teori Dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Solihin, Ismail. 2002. *Pengantar Mnajemen*. Jakarta: Eirlangga
- Murhadi, Werner R. *Analisis Laporan Keuangan, Proyeksi dan Valuasi Saham*. Jakarta: Salemba Empat
- Fahmi, Faisal Nur 2015. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, Media Exposure Dan Umur Perusahaan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Adila, Nur. 2016. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dalam Laporan Tahunan Perusahaan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
- Wahyutama, Ngabey Ryvandhi Ikko. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Media Exposure Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. Fakultas Ekonomi UNEJ.

- Putri, Rafika Anggraini Dan Christiawan, Yulius Jogi. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Aini, Agustya Kurratul. 2015. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Vol 12 No.1*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda.
- Karina, Lovink Angel Dwi. 2013. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Csr. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Yintayani, Ni Nyoman. 2011. Faktor - Faktor Yang Memengaruhi Corporate Social Responsibility. Program Magister Universitas Udayana Denpasar.
- Wijaya, Maria. 2012. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi – Vol 1, No. 1*.
- Kamil, Ahmad dan Antonius, Herusetya. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility. *Media Riset Akuntansi, Vol. 2 No. 1*.
- Nur, Marzully dan Priantinah, Denies. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Indonesia. *Jurnal Nominal, Vol. I No. I*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hermawati, Reni. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hastuti, Widya. 2014. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Tipe Industri Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Laporan Tahunan. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

- Ekowati, Lilis dkk. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth, dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan. Universitas Trunojoyo Madura.
- Gemitasari, Rina. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Handriyani, Arik Novia. 2013. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Vol. 2 No. 5*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surabaya.
- Sari, Santi Hersita, Dkk. 2015. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Universitas Bina Darma Palembang.
- Hia, Febrian Bezaro. 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. Fe Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang.