

**PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN *LEVERAGE* TERHADAP
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(Studi Pada Perusahaan-perusahaan yang mendapat penghargaan ISRA dan *Listed*
(*Go-Public*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2010-2012)**

Rafika Anggraini Putri dan Yulius Jogi Christiawan

Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra

Email: rafikaanggraini@hotmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel-variabel profitabilitas, likuiditas dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Jumlah perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 19 perusahaan yang mendapat penghargaan ISRA dan merupakan perusahaan publik yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2010 – 2012. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Kata kunci: Pengungkapan Corporate Social Responsibility, CSR, profitabilitas, likuiditas, *leverage*

ABSTRACT

This study aimed to find out the affect of variables such profitability, liquidity, and leverage to Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure. Type of this research used was quantitative research. The total companies used in this research were 19 companies which got ISRA award and public companies that listed in *Bursa Efek Indonesia (BEI)* period 2010-2012. This research used multiple regression analysis. The result showed that profitability and leverage had no affect on CSR Disclosure, while liquidity had an affect on CSR Disclosure.

Keywords: Corporate Social Responsibility Disclosure, CSR, profitability, liquidity, leverage

PENDAHULUAN

Secara teoritis CSR merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham (*shareholders*) tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang tidak dapat lepas dari kenyataan bahwa suatu perusahaan tidak bisa hidup, beroperasi dan bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Sehingga CSR lebih menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas (*stakeholders*) daripada hanya sekedar kepentingan perusahaan itu sendiri. Banyaknya faktor yang mempengaruhi praktik pengungkapan CSR

merupakan konsekuensi logis dari implementasi konsep *good corporate governance* (GCG), yang memiliki prinsip antara lain adalah bahwa perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholders* sesuai dengan aturan yang ada dan menjalin kerjasama yang aktif dengan *stakeholders* demi kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan (Utama, 2007). Berbagai kegiatan CSR pada perusahaan umumnya berdampak pada pengeluaran, yang pada akhirnya akan mengurangi keuntungan perusahaan. Hal tersebut merupakan salah satu tujuan perusahaan, yaitu memaksimalkan kekayaan pemegang saham, yang dioperasionalkan dengan memaksimalkan keuntungan, sehingga kegiatan CSR sepertinya tidak konsisten dengan tujuan tersebut. Dengan demikian,

perusahaan tidak termotivasi untuk melaksanakan CSR.

Penelitian dengan topik ini sudah dilakukan sebelumnya oleh beberapa peneliti dengan variabel yang hampir sama satu sama lain, namun hasilnya berbeda-beda. Oleh dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mencari konsistensi dan oleh karena itu penelitian ini tidak menggunakan *checklist* terhadap Laporan Tahunan perusahaan tetapi merekap dari indeks GRI yang terdapat pada *Sustainability Report (SR)* perusahaan dimana indeks tersebut sudah tersedia dan yang mengindeks merupakan pihak yang sudah ahli di bidang tersebut sehingga unsur subjektivitas dapat diminimalkan. Penelitian ini meneliti pada perusahaan-perusahaan yang mendapat *Indonesia Sustainability Report Awards (ISRA)* dan perusahaan tersebut menerbitkan Laporan Keuangan atau Laporan Tahunan sesuai periode penelitian (2010-2012).

Teori Stakeholders

Stakeholders theory berpendapat bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun memberikan manfaat bagi *stakeholders* (Chariri, 2007, p. 409). Adanya pihak yang diutamakan di dalam perusahaan yaitu *stakeholders*. Terdapat sejumlah *stakeholders* yang ada di masyarakat, dengan adanya pengungkapan CSR merupakan cara untuk mengelola hubungan organisasi dengan kelompok *stakeholders* yang berbeda. Tujuan utama dari perusahaan adalah menyeimbangkan konflik antara *stakeholders*.

Pengungkapan CSR bagi suatu perusahaan bersifat penting, hal demikian karena para *stakeholders* perlu untuk mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholders*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya (Riswari, 2012).

Teori Legitimasi

O'Donovan (dalam Hadi 2010, p. 87) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat

atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk mempertahankan hidup (*going concern*).

Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa kegiatan perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan, sehingga praktik pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. Selain itu, praktik pengungkapan sosial dan lingkungan dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan baik dalam pengaruh yang baik maupun dampak yang buruk.

Teori Sinyal

Teori sinyal adalah teori yang menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal (Sari dan Zuhrotun, 2006). Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor dan kreditor). Kurangnya informasi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan, dengan mengurangi asimetri informasi.

Salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan (Rustiarini, 2010). Informasi tentang pengungkapan CSR merupakan suatu sinyal perusahaan untuk mengkomunikasikan kinerja perusahaan dalam jangka panjang, karena CSR terkait dengan *acceptability* dan *sustainability*, yang artinya perusahaan diterima dan berkelanjutan untuk dijalankan di suatu tempat dalam jangka panjang. yang tidak melakukan dan mengungkapkan kegiatan CSRnya (Adisusilo, 2011).

Definisi CSR

Widjaja (2008, p. 95) *corporate social responsibility* atau yang sering disebut dengan *business social responsibility* atau *corporate citizenship* merupakan bentuk kerjasama antara perusahaan (tidak hanya perseroan terbatas) dengan segala sesuatu atau segala hal (*stakeholders*) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan tersebut untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan usaha (*sustainability*) suatu perusahaan.

Menurut Limberg dkk (2009, p. 1) CSR atau Tanggung Jawab Sosial (TJS) didasarkan pada tiga pilar yang dikenal sebagai 3-P (*people, profit dan planet*) atau *triple bottom line* (ekonomi, ekologi dan sosial). Kitle dan Ruggie (2005) secara umum CSR dapat dikatakan mencakup pada cara berusaha yang transparan dengan berbasis pada nilai-nilai etika, kepatuhan terhadap peraturan dan perundangan, dan menghargai serta menghormati orang lain, masyarakat dan lingkungan (dalam Limberg, 2009, p. 2).

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial yang diberikan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai komersial perusahaan dengan tanpa meninggalkan nilai etika untuk kualitas lingkungan dan masyarakat, yang berdasarkan pada 3-P yaitu ekonomi, ekologi dan sosial.

Pengungkapan CSR

Hadi (2011, p. 206) mendefinisikan pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan laporan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan baik yang berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan.

Pengungkapan CSR diukur melalui *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI). CSDI diukur melalui rekapan penilaian *Global Report Initiative* (GRI) dalam *Sustainability Report* (SR) yang sudah dinilai oleh *National Center for Sustainability Reporting* (NCSR), yaitu perusahaan yang mendapatkan penghargaan dari *Indonesia Sustainability Reporting Awards* (ISRA) periode 2010 – 2012, yang dibagi dengan banyaknya jumlah item CSR yang seharusnya diungkapkan dalam sebuah industri perusahaan. Rekapan ini merupakan pengungkapan tanggung jawab sosial yang

dimunculkan dalam *Sustainability Report* (SR) perusahaan dengan kriteria indikator GRI. Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\text{CSDI} =$$

$$\frac{\text{Jumlah item CSR yang diungkapkan}}{79 \text{ item CSR versi GRI} - \text{item CSR versi GRI yang tidak relevan}}$$

Profitabilitas

Rasio profitabilitas dimaksudkan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan (Fahmi, 2012, p. 54).

Faser (dalam Sugiono dan Untung) rasio profitabilitas (efisiensi dan kinerja keseluruhan) yaitu rasio untuk mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan dan efisiensi dalam pengelolaan aktiva, kewajiban dan kekayaan yang terdiri dari *gross profit margin, operating profit margin, net profit margin, cash flow margin, ROA, ROE* dan *cash return on asset* (2008, p. 61).

Sedangkan menurut Pearce dan Robinson (2008, p. 241) profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dipilih oleh manajemen suatu organisasi.

Dalam mengukur profitabilitas perusahaan digunakan alat ukur *return on asset* (ROA). ROA merupakan suatu indikator keuangan yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atas total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar rasio ini semakin baik, karena manajemen perusahaan mampu menghasilkan laba sebaik mungkin atas aset yang dimiliki

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

Likuiditas

Menurut Fahmi (2012, p. 53) rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rahardjo (2006, p. 110) rasio likuiditas bertujuan menaksir kemampuan keuangan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan komitmen pembayaran keuangannya. Semakin tinggi angka ratio likuiditas, akan semakin baik bagi investor. Perusahaan yang diminati investor adalah perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang cukup tinggi untuk standar perusahaan sejenisnya.

$$\text{Likuiditas} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

Leverage

Sugiono (2009, p. 70) rasio *leverage* bertujuan untuk menganalisis pembelanjaan yang dilakukan berupa komposisi utang dan modal, serta kemampuan perusahaan untuk membayar bunga dan beban tetap lainnya. Fahmi (2012, p. 62) mengemukakan bahwa rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa utang yang layak diambil dan dari mana sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang.

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Asset}}$$

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Menurut Donovan dan Gibson (2000) dalam Sembiring (2005) hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR memiliki hubungan negatif karena perusahaan (manajemen) merasa tidak perlu mengungkapkan tanggung jawab sosial yang tinggi ketika perusahaan sedang memiliki tingkat profitabilitas tinggi karena perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca "*good news*" kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Lungu, *et. al* (2011) menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif signifikan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR, hal demikian bahwa dalam jangka pendek perusahaan dengan perubahan yang lebih tinggi dalam pendapatan dan dengan pengembalian yang lebih tinggi atas ekuitas selama satu tahun, cenderung baik untuk memberikan yang lebih kecil perihal pentingnya CSR.

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan informasi sosialnya (Marbun, 2008 dalam Anugerah, Hutabarat, dan Faradilla, 2010). Dengan semakin meningkatnya profit suatu perusahaan, maka cadangan dana untuk melakukan aktivitas pengungkapan CSR

akan semakin besar, hal tersebut karena biaya untuk pelaksanaan pengungkapan CSR sudah tersedia. Dalam beberapa penelitian yang dilakukan oleh Sudana dan Arlindania (2011), dan Novrianto (2012) bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, karena perusahaan mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi maka akan mengungkapkan informasi CSR yang telah dilakukannya. Perusahaan yang mampu menghasilkan profit adalah perusahaan yang memiliki manajemen *ber-knowledge* dan cukup mengerti dan peduli terhadap lingkungan sosial (Belkaoui dan Karpik, 1989 dalam Hussainey *et al*, 2011) sehingga perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosialnya.

Berdasarkan teori *stakeholders*, pengungkapan CSR dilakukan untuk menyeimbangkan konflik antar *stakeholders*. Dengan adanya pengungkapan CSR, *stakeholders* dapat mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholders*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya. Dalam hal ini, perusahaan dapat menyesuaikan mengenai banyak sedikitnya pengungkapan CSR berdasarkan kebutuhannya akan konflik tiap *stakeholders*.

Selain itu, hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR juga didasari oleh teori legitimasi dimana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Adanya mekanisme *corporate governance* dan profitabilitas memberikan keyakinan perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Artinya, dengan mekanisme *corporate governance* dan profitabilitas yang mencukupi, perusahaan tetap akan mendapatkan keuntungan positif, yaitu mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang pada akhirnya akan berdampak meningkatnya keuntungan perusahaan di masa yang akan datang.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₁ = Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan CSR

Penelitian yang dilakukan oleh Badjuri (2011) menyimpulkan bahwa perusahaan dengan rasio likuiditas rendah perlu memberikan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan lemahnya kinerja dibanding perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang tinggi. Sedangkan Kartika (2010) menyimpulkan bahwa semakin rendah tingkat likuiditas perusahaan maka pengungkapan tanggung jawab sosial akan semakin tinggi pula. Likuiditas merupakan salah satu kinerja yang sering dijadikan tolok ukur investor dalam menilai perusahaan. Oleh dari itu ketika likuiditas yang dihasilkan rendah, perusahaan akan cenderung melakukan pengungkapan CSR makin banyak, hal ini seiring dengan teori sinyal karena dibandingkan investor, manajemen perusahaan lebih tahu mengenai kinerja internal perusahaan, sedangkan investor hanya melihat hasil akhir (rasio-rasio keuangan) sehingga ketika likuiditasnya rendah maka investor akan cenderung memberi nilai yang rendah pada perusahaan bahkan bisa mencabut investasinya sehingga perusahaan berusaha mengurangi asimetri informasi salah satunya dengan cara melakukan pengungkapan CSR. Informasi ini terkait dengan keberlangsungan hidup jangka panjang perusahaan sehingga diharapkan dengan adanya pengungkapan CSR yang banyak ketika likuiditas rendah investor tetap mempertahankan investasinya dengan asumsi perusahaan memiliki nilai *sustainability* yang didapat atas informasi pengungkapan CSR tersebut.

Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR dikemukakan oleh Syahrir dan Suhendra (2010, dalam Kamil dan Herusetya, 2012). Perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi akan lebih banyak melakukan kegiatan yang berhubungan dengan sosial sebagai sinyal kepada perusahaan lain bahwa perusahaannya memiliki kinerja yang lebih bagus. Argumen peneliti terkait ini, dengan makin banyaknya pengungkapan CSR yang dilakukan karena likuiditas perusahaan yang tinggi akan menarik investor untuk berinvestasi karena atas banyaknya pengungkapan CSR yang dilakukan akan menunjukkan bahwa perusahaan makin kredibel. Sesuai dengan teori sinyal, diduga bahwa perusahaan dengan likuiditas yang

tinggi, cenderung akan lebih banyak melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial, sehingga akan memberi signal kepada perusahaan lain bahwa perusahaan mereka lebih baik daripada perusahaan lain. Signal tersebut dapat diwujudkan dengan melakukan pengungkapan CSR secara lebih luas. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Hussainey, *et. al* (2011) menemukan bukti bahwa terdapat hubungan positif antara likuiditas dan pengungkapan CSR, yaitu likuiditas mendorong keputusan pelaporan CSR di Mesir yang mana itu disebabkan perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi akan cenderung mengungkapkan tanggungjawab sosial yang makin banyak karena lebih berani mengambil keputusan yang terkategori "*costly decision*" yang mana salah satunya yaitu tindakan CSR serta pengungkapannya.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₂ = Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan CSR

Penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Priantinah (2012) *leverage* berpengaruh signifikan dan negatif, karena manajemen dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Selain itu, semakin tinggi tingkat *leverage*, maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berupaya untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian kredit. Supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya, termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial.

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Semakin luas pengungkapan, maka makin banyak informasi yang dapat diperoleh investor, hal ini dilakukan supaya investor dapat memperoleh keyakinan atas terjaminnya hak mereka sebagai kreditur (Anugerah, dkk., 2010). Mia dan Al Mamun (2011) berpendapat bahwa perusahaan

dengan *leverage* tinggi akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang makin banyak. Hal ini disebabkan perusahaan dengan *leverage* tinggi memiliki tekanan yang lebih besar dari bank, kreditur, investor sehingga perusahaan berupaya untuk melonggarkan tekanan ini dengan cara melakukan banyak *disclose* dengan tujuan memberikan keyakinan ke bank, kreditur, investor bahwa perusahaan tidak melanggar *covenants* yang ada. Seiring dengan teori sinyal, bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi diduga akan melakukan pengungkapan CSR makin banyak untuk mengurangi asimetri informasi yang mungkin mengakibatkan menguatnya tekanan kreditur dan investor terhadap perusahaan. Dengan diberikan *disclose* informasi seperti CSR diharapkan pihak-pihak seperti kreditur dan investor dapat melihat hal tersebut sebagai jaminan atas *going concern* perusahaan sehingga haknya sebagai kreditur dan investor tetap terjamin dan tidak memberikan tekanan yang lebih besar ke perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₃ = *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menguji pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini menggunakan paradigma kuantitatif. Untuk menguji hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda.

Penelitian ini menganalisis hubungan antara *dependent variable* dan *independent variable*. Definisi masing-masing adalah sebagai berikut:

a. Pengungkapan CSR sebagai *dependent variable*

Pengungkapan CSR diukur dengan rumus CSDI

b. Profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* sebagai *independent variable*.

Yang menjadi populasi adalah perusahaan semua sektor yang mendapat penghargaan ISRA dan *listed (go-public* di Indonesia) di BEI 2010-2012. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Adapun yang menjadi kriteria pemilihan sampel pada penelitian ini ialah

- Perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2010 – 2012
- Perusahaan masuk kategori perusahaan yang mendapat penghargaan ISRA dari lembaga NCSR
- Perusahaan tersebut menerbitkan *sustainability report* periode tahun 2010 – 2012
- Terdapat Pengungkapan Sosial yang sudah diindeks oleh NCSR dalam *Sustainability Report*-nya.
- Memiliki Laporan Keuangan atau Laporan Tahunan periode 2010-2012.

Terdapat 42 perusahaan yang mendapat penghargaan ISRA tahun 2010 – 2012. Sebanyak 23 perusahaan tidak digunakan dikarenakan tidak sesuai dengan kriteria sampel sehingga jumlah sampel menjadi 19 perusahaan dan jumlah total sampel seharusnya sebanyak 57 sampel (laporan yang dapat diteliti). Tapi, 19 sampel tidak dapat dipenuhi sehingga sampel hanya menjadi 38 laporan perusahaan yang menjadi sampel akhir.

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa *sustainability report (SR)* dan laporan keuangan perusahaan yang memperoleh penghargaan ISRA tahun 2010-2012, yang diperoleh dari www.isra.ncsr.id.org, website Bursa Efek Indonesia dan website masing-masing perusahaan.

Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji dengan menggunakan regresi berganda. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = *Corporate Social Responsibility*

α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien Regresi

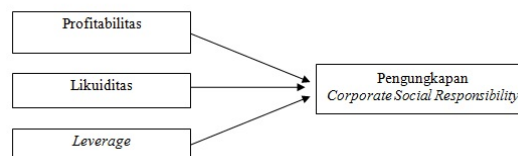
X₁ = Profitabilitas

X₂ = Likuiditas

X₃ = *Leverage*

e = *Error Term*, yaitu tingkat

kesalahan penduga dalam penelitian



Gambar 1. Model Analisis

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berikut data deskriptif statistik dari variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	38	,24	1,00	,8566	,17604
ROA	38	-,05	,40	,1318	,10311
Likuiditas	38	,40	10,64	2,2239	2,05367
Leverage	38	,04	,87	,4829	,20827
Valid N (listwise)	38				

Variabel pengungkapan CSR memiliki rentang nilai dari 0,24 hingga 1,00. Nilai rata-rata/mean dari variabel pengungkapan CSR adalah 0,8566 dan deviasi standarnya bernilai 0,17604. Variabel ROA memiliki rentang nilai dari -0,05 hingga 0,40 dengan nilai mean 0,1318, dan deviasi standarnya bernilai 0,10311. Berikutnya adalah variabel Likuiditas memiliki rentang nilai dari 0,40 hingga 10,64 dengan nilai mean 2,2239, dan deviasi standarnya bernilai 2,05367. Sedangkan untuk variabel Leverage memiliki rentang nilai dari 0,04 hingga 0,87 dengan nilai mean 0,4829 dan deviasi standarnya bernilai 0,20827.

Pengujian Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Residual

Statistik uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Asymp.Sig 2-tailed) sebesar 0,507, dengan demikian nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($0,507 > 0,05$), maka nilai residual tersebut normal atau data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Nilai *Tolerance* masing-masing variabel $> 0,10$ dan Nilai VIF < 10 . Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Dengan uji Glesjer, hasil menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel independen yaitu ROA, Likuiditas dan *Leverage* lebih dari 0,05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada ketiga variabel tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

4. Uji Autokorelasi

Hasil uji Durbin Watson menunjukkan nilai 2,019. Nilai DW berada diantara -2 dan 2, berarti tidak terjadi masalah autokorelasi.

Hasil Uji Hipotesis

1. Koefisien determinasi bernilai 0.175 yang berarti bahwa kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel pengungkapan CSR sebesar 17.5%,

sedangkan sisanya sebesar 82.5% diterangkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

2. Uji F

Nilai signifikansi uji F sebesar 0.023. Nilai yang lebih kecil daripada 5% menunjukkan bahwa model yang digunakan adalah layak dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

3. Uji t

Profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh, sedangkan likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (sig $< 0,05$).

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,893	,109		8,207	,000
ROA	,169	,281	,099	,603	,551
Likuiditas	,022	,015	,254	1,491	,145
Leverage	-,223	,151	-,263	-1,472	,150

Persamaan matematika:

$$Y = 0,893 + 0,169X_1 + 0,022X_2 - 0,223X_3 + 0,109$$

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa ROA, Likuiditas, dan *Leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, hal demikian dikarenakan sekarang banyak perusahaan yang sudah sadar akan kepentingan lingkungan dan sosial dan tidak hanya semata mencari keuntungan untuk perusahaan sendiri, sehingga tinggi rendahnya tingkat profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* tidak mempengaruhi pengungkapan CSR (Sudana, 2011). Disisi lain, perbedaan subyek penelitian dimana sebelumnya subyek penelitian merupakan perusahaan manufaktur antara tahun 2007-2011, sedangkan penelitian ini memiliki subjek penelitian yaitu perusahaan publik yang mendapat penghargaan ISRA tahun 2010-2012. Perbedaan metode juga dapat menjadi penyebab hasil penelitian tidak sejalan dengan peneliti terdahulu. Pengukuran pengungkapan CSR dimana hal ini diukur berdasarkan rekapan GRI yang sudah diukur oleh NCSR sehingga peneliti hanya merekap data tersebut, selain itu penilaian ini mengacu pada *Sustainability Report (SR)*, sedangkan penelitian sebelumnya mengacu pada *annual report* dan peneliti merekap sendiri (berdasarkan persepsinya) untuk pengungkapan item CSR. Perusahaan

sekarang juga sudah mengerti mengenai manfaat yang dihasilkan CSR di kemudian hari dimana kegiatan ini dapat membangun citra perusahaan yang sehingga manfaat ekonomis di kemudian hari dapat diterima oleh perusahaan misalnya seperti kenaikan harga saham, memiliki banyak investor potensial, dan sebagainya. Hal semacam inilah yang membuat perusahaan kian termotivasi untuk selalu melakukan CSR beserta pengungkapannya tanpa bergantung pada tingkat profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* perusahaan

KESIMPULAN DAN SARAN

Dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR; 2) Likuiditas tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR; 3) *Leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti atau studi yang akan datang, diantaranya adalah:

1. Penelitian selanjutnya dapat memperluas periode penelitian
2. Penelitian selanjutnya dapat memperinci per bagian GRI yang ada seperti *economic (EC - 9 item)*, *environment (EN - 30 item)*, *labor practices (LP - 14 item)*, *human rights (HR - 9 item)*, *society (SO - 8 item)*, dan *product responsibility (PR - 9 item)* untuk dapat melihat aspek bagian mana yang lebih dominan dalam pengungkapan CSR yang terdapat dalam *Sustainability Report (SR)* perusahaan.
3. Penelitian selanjutnya dapat memperluas variabel yang mungkin dapat berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisusilo, Pramudito. (2011). *Pengaruh Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Laporan Tahunan Terhadap Earning Response Coefficients (ERC)*. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Angraini. (2006). *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan*. Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang. 23-26 Agustus.
- Anugrah, Rita. Rolland Hutabarat, dan W. Faradilla. (2010). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI*. Jurnal Ekonomi. Vol 18. 1 Maret 2010.
- Azheri, Busyra. (2012). *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Badjuri, Achmad. (2011). *Faktor-faktor Fundamental, Mekanisme Corporate Governance, Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia*. Dinamika Keuangan dan Perbankan, Mei 2011, Hal: 38-54. ISSN: 1979-4878. Vol. 3, No. 1.
- Cahyono, Jaka E. (2002). *Investing In JSX Now? No, I'm Not That Fool: Another 22 Strategi dan Teknik Meraih Untung Di Bursa Saham*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Chariri. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ekonomi.kompasiana.com. (2013, Mei 27). *CSR Berkelanjutan dan Strategi Pengungkapannya*. Retrieved 2013, Oktober 13. from <http://ekonomi.kompasiana.com/bisnis/2013/05/27/csr-berkelanjutan-dan-strategi-pengungkapannya-563405.html#>.
- Fahmi, Irham. (2012). *Analisis Kinerja Keuangan: Panduan Bagi Akademisi, Manajer, dan Investor Untuk Menilai dan Menganalisis Bisnis Dari Aspek Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fakhrudin, Hendy M. (2008). *Istilah Pasar Modal A-Z: Berisi Kumpulan Istilah Populer Pasar Modal Khususnya di Pasar Modal Indonesia, Mencakup Berbagai Istilah Seputar Perdagangan Saham, Obligasi, Reksa Dana, Instrumen Derivatif dan Berbagai Istilah Terkait Lainnya*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. Anggota IKAPI.
- Florence, et al. (2004). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Public di*

- Bursa Efek Jakarta (BEJ). *Jurnal Maksi*. Volume 4. Agustus : 161-177.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam dan Chariri, Anis. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Gujarati, D.N. (2003) . *Basic Econometrics*. Forth Edition. New York: Mc.Graw-Hill
- Hadi, Nur. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Ed. 1th. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hussainey, et. al. (2011). *Factors Affecting Corporate Social Responsibility Disclosure In Egypt*. School of Commerce and Law, Faculty of Arts, Business, informatics & Education, Central Queensland University, Bruce Highway, North Rockhampton, 4702 Queensland, Australia
- Kamil, Ahmad dan Herusetya, Antonius. (2012). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility*. Media Riset Akuntansi. Vol. 2, No. 1, Februari 2012.
- Kuntari, Y dan Sulistyani. (2007). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Indeks Lether Quality (LQ45) Tahun 2005*. ASET.
- Kuncoro, Mudrajad. (2011). *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi Keempat. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Limberg, dkk. (2009). *Bukan Hanya Laba: Prinsip-prinsip Bagi Perusahaan Untuk Melaksanakan Tanggung Jawab Sosial*. Jakarta: SMK Grafika Desa Putera.
- Lungu, et. al. (2011). *Research On Corporate Social Responsibility Reporting*. Amfiteatru Economic. Vol. XIII. No. 29. Februari 2011.
- Mia, Parvez dan Al-Mamun, Abdullah. (2011). *Corporate Social Disclosure During The Global Financial Crisis*. www.ccsenet.org/ijef. International Journal of Economics and Finance. Vol. 3, No. 6, Nopember 2011.
- Muchtar, A.F. (2010). *Panduan Praktis: Strategi Memenangkan Persaingan Usaha Dengan Menyusun Business Plan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. Anggota IKAPI.
- Mutia, Evi dkk. (2011). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. JURNAL TELAAH & RISET AKUNTANSI. Vol. 4. No. 2. Juli 2011. Hal. 187 – 201.
- Novrianto. (2012). *Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Sosial pada Perusahaan Manufaktur di BEI*. JURNAL ILMIAH MAHASISWA AKUNTANSI – VOL 1, NO. 1, JANUARI 2012.
- Nur, Marzully dan Priantinah, Denies. (2012). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia)*. Jurnal Nominal / Volume I Nomor I / Tahun 2012.
- Parsons, Patricia J. (2007). *Etika Public Relations: Panduan Praktek Terbaik*. Jakarta: Erlangga.
- Pearce, John A dan Robinson, Richard B. (2008). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. (Ed. 10th, Buku 1). Jakarta: Salemba Empat.
- Prasetyono. (2011). *Analisis Ukuran Perusahaan, Penerapan Etika Bisnis dan Praktek Corporate Governance Terhadap Penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Prosiding SnaPP2011: Sosial, Ekonomi, dan Humaniora. ISSN 2089-3590. Vol 2, No.1, Th, 2011.
- Priantana, Riha Dedi dan Yustian, Ade. (2011). *Pengaruh Struktur Good Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. JURNAL TELAAH & RISET AKUNTANSI. Vol. 4. No. 1. Januari 2011. Hal. 65 – 78.
- Rahardjo, Spto. (2006). *Kiat Membangun Aset Kekayaan: Panduan Investasi Saham Dari A Sampai Z*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. Anggota IKAPI.
- Riswari, Dyah Ardana. (2012). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan*

- Corporate Governance Sebagai Variabel Moderating*. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Rustiarini, Ni Wayan. (2010). *Pengaruh Corporate Governance Pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis: Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, Ratna Chandra dan Zuhrotun. (2006). *Keinformatifan Laba Di Pasar Obligasi Dan Saham: Uji Liquidation Option Hypothesis*. Simposium Nasional Akuntansi 9, Padang.
- Sekaran, U. (2003). *Research Method for Business*. USA: John Wiley & Sons
- Sembiring, Eddy Rismanda. (2005). *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Studi Empris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*. SNA VII Solo. 15-16 September 2005.
- Solihin, Ismail. (2009). *Corporate Social Responsibility: From Charity To Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudana, I Made dan Arlindania, Putu Ayu. (2011). *Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Go-Public di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan. Tahun 4, No. 1, April 2011.
- Sudiana, Nana. (2011). *CSR dan Kepedulian Usaha*. Retrieved 2014, Januari 13. from <http://csr.pkpu.or.id/article/csr-dan-kepedulian-perusahaan>
- Sugiono, Arief. (2009). *Manajemen Keuangan: Untuk Praktisi Keuangan*. Jakarta: Grasindo.
- Sugiono, Arief dan Untung, Edy. (2008). *Panduan Praktis Dasar Analisa Laporan Keuangan: Pengetahuan Dasar Bagi Mahasiswa dan Praktisi Perbankan*. Jakarta: Grasindo.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Anggota IKAPI.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharso, Puguh. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi Dan Praktis*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sunyoto, Danang. (2009). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis, edisi pertama*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Swa.co.id*. (2010). *Sektor Bisnis DI Indonesia Harus Dapat Kembangkan Sustainability Report*. Retrieved 2013, Oktober 10. from <http://swa.co.id/corporate/csr/sektor-bisnis-di-indonesia-harus-dapat-kembangkan-sustainability-report>.
- Tambunan, Andy Porman. (2007). *Menilai Harga Wajar Saham (Stock Valuation): Mengapa Harus Membeli Mahal Jika Orang Lain Dapat Membelinya Dengan Harga Wajar?*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. Anggota IKAPI.
- Tanudjaja, Bing Bedjo. (2006). *Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia*. NIRMANA, Vol. 8, No. 2, Juli 2006: 92-98.
- Untung, Hendrik Budi. (2009). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Utama, Sidharta. (2007). *Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia*. Retrieved 2013, Mei 23. from <http://www.csrindonesia.com/data/article/sother/20071121152745-a.pdf>.
- Widjaja, Gunawan. (2008). *150 Tanya Jawab Tentang Perseroan Terbatas: Membahas Secara Lengkap & Tuntas Berdasarkan UU No. 40 Th. 2007 & Peraturan Pelaksanaannya*. Jakarta: Forum Sahabat.
- www.marketing.co.id*. (2013). *Terdorong Oleh Tumbuhnya Kelas Menengah*. Retrieved 2013, Oktober 13. from <http://www.marketing.co.id/terdorong-oleh-tumbuhnya-kelas-menengah/>.
- Yuliana, Rita., dkk. (2008). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Dampaknya Terhadap Reaksi Investor*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia. Volume 5- No. 2, Desember 2008.

