

**PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS , GROWTH DAN MEDIA EXPOSURE
TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Dan Perusahaan Jasa Yang Terdaftar Di Bursa Efek
Indonesia Tahun 2013-2015)

Hasnia,SE¹
Dr.Siti Rofingatun,SE,.MM²

Abstract: *This study aims to determine whether the effects of profitability, liquidity, growth, and media exposure to Corporate Social Responsibility Disclosure. This study uses a quantitative approach to population studies that firms belonging to the manufacturing and service sectors listed in Indonesia Stock Exchange in 2013, 2014 and 2015. The research proves that the partial profitability, liquidity and growth has no effect on the disclosure of corporate social responsibility, while media exposure have a significant effect on the disclosure of corporate social responsibility. Simultaneously profitability, liquidity, growth and media exposure together have an effect on the disclosure of corporate social responsibility.*

In this study the researchers conducted additional tests are different tests on the disclosure of social responsibility, which is to see whether there are differences between manufacturing and service companies related to the disclosure of social responsibility in revealing its social responsibility.

Keywords: *Profitability, Liquidity, Growth, Media Exposure, CSR.*

I. Pendahuluan

Latar Belakang

Menurut Gunawan dan Suharti (2008), tanggung jawab sosial perusahaan atau yang biasa disebut *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, tenaga kerja dan masyarakat. Perusahaan dihadapkan pada kenyataan, bahwa walaupun tujuan utamanya mencari keuntungan, namun tidak dapat dilepaskan dari masyarakat. Diharapkan dengan penerapan CSR maka perusahaan akan dapat melangsungkan usahanya dalam jangka panjang.

Pemerintah Indonesia sadar betul makna ramah lingkungan dan upaya pengurangan *global warming*, sehingga sepakat membuat aturan main yang menjadi dasar pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dan lingkungan, yaitu diterbitkan Undang-undang No. 40 tahun 2007 Pasal 74 ayat 1 (Nor Hadi, 2011: 205). Undang-undang No. 40 tahun 2007 menyebutkan bahwa: "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan". Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 paragraf 9 juga telah memberikan penjelasan mengenai pengungkapan dampak lingkungan sebagai berikut: "Perusahaan menyajikan laporan tambahan mengenai lingkungan hidup (atau nilai tambah), khususnya bagi industri dengan sumber daya utama terkait dengan lingkungan hidup atau karyawan dan stakeholder lainnya sebagai pengguna laporan keuangan penting".

Beberapa penelitian terdahulu telah mencoba untuk mengungkapkan CSR serta faktor yang mempengaruhi. Penelitian tersebut diantaranya dilakukan oleh Sari (2012) yang menemukan hasil bahwa profitabilitas yang diukur dengan *Return on Asset (ROA)* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Penelitian Sari (2012) bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2012) yang menemukan hasil bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Ekowati, Prasetyono & Anis (2014), hasil menunjukkan bahwa profitabilitas dan *media exposure* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

¹ Alumni Jurusan Akuntansi FEB Uncen

² Dosen Jurusan Akuntansi FEB Uncen

Sementara itu likuiditas dan *growth* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Ekowati, Prasetyono & Anis (2014) bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syahrir & Suhendra (2010) dalam Kamil & Antonius (2012) menemukan hasil bahwa likuiditas mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, dan Nur (2012) menemukan hasil bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Ekowati, Prasetyono, & Anis (2014). Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada pemilihan industri perusahaan, tahun (periode) sampel penelitian dan metode analisis yang digunakan. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur dan perusahaan jasa tahun 2013-2015, sedangkan sampel penelitian yang dilakukan oleh Ekowati, Prasetyono, & Anis (2014) yaitu perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan tahunan dengan periode 2010-2012. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Ekowati, Prasetyono, & Anis (2014) hanya menggunakan analisis data regresi berganda sementara penelitian ini menambah metode analisis data selain regresi berganda yaitu menambah uji beda untuk membandingkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur dan perusahaan jasa.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
2. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
3. Apakah *growth* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
4. Apakah *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
5. Apakah profitabilitas, likuiditas, *growth* dan *media exposure* secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk menguji secara empiris apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Untuk menguji secara empiris apakah likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Untuk menguji secara empiris apakah *growth* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Untuk menguji secara empiris apakah *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
5. Untuk menguji secara empiris apakah profitabilitas, likuiditas, *growth* dan *media exposure* secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

II. Tinjauan Pustaka

Teori Agensi

Adanya pemisahan antara fungsi kepemilikan (*ownership*) dan fungsi pengendalian (*control*) dalam hubungan keagenan sering menimbulkan masalah-masalah keagenan (*agency problems*). Masalah-masalah keagenan tersebut timbul karena adanya konflik atau perbedaan kepentingan antara *principal* dan *agent*. *Principal* memiliki kepentingan dan tujuan untuk memaksimalkan kekayaan, sementara *agent* memiliki kepentingan untuk mendapatkan bonus.

Berdasarkan perspektif teori keagenan, informasi yang disajikan dalam laporan tahunan terutama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dijadikan oleh pemegang saham dan *stakeholders* lainnya untuk mengontrol aktivitas manajer sebagai pihak yang diberi wewenang oleh pemilik perusahaan. Semakin besar tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

maka konflik antara *agent* dan *principal* pun dapat dikurangi bahkan tidak terjadi lagi karena dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan maka *principal* akan lebih mengetahui aktivitas apa saja yang dilakukan oleh pihak manajemen dan juga aktivitas manajemen dapat dikontrol sehingga tidak akan ada lagi ketidakseimbangan informasi antara kedua belah pihak ini.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang biasa disebut CSR merupakan bentuk kepedulian suatu usaha terhadap lingkungan, baik lingkungan di dalam kegiatan usaha maupun di luar kegiatan usaha, misalnya keselamatan para pekerja, penanganan limbah yang dihasilkan sehingga tidak mengganggu masyarakat sekitar. Masyarakat yang ada di lingkungan usaha akan merespon sesuai dengan yang dilakukan oleh kegiatan usaha perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan terfokus pada lingkungan dan keselamatan kerja para karyawan, pengembangan komunitas serta masyarakat secara umum untuk saat sekarang ini maupun untuk masa depan. Perusahaan tidak akan bertahan dalam suatu ekonomi yang terisolasi atau membatasi dirinya dari masyarakat dan tidak peduli terhadap lingkungan sekitar.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Perusahaan yang memiliki profit yang besar akan menjadi sorotan publik sehingga memicu para *stakeholder* untuk meningkatkan kepentingan dan harapan mereka akan transparansi yang seharusnya dilakukan perusahaan. Pengungkapan CSR adalah bentuk implementasi perusahaan untuk memenuhi harapan dari para *stakeholder* yang ingin mendapatkan informasi lebih terkait kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan maka pengungkapan CSR akan cenderung semakin besar pula.

Beberapa peneliti telah melakukan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian tersebut diantaranya dilakukan oleh Sari (2012), hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian Sari (2012) sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ekowati, Prasetyono, & Anis (2014). Hasil penelitian Sari (2012) dan Ekowati, Prasetyono, & Anis (2014) bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2012) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Terdapat perbedaan hasil penelitian antara beberapa penelitian tersebut. Maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

H1: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi akan memberikan sinyal kepada perusahaan yang lain, bahwa mereka lebih baik dari pada perusahaan lain, dengan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial. Sinyal tersebut dilakukan dengan cara memberikan informasi yang lebih luas tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang mereka lakukan (Kamil & Antonius, 2012).

Syahrir dan Suhendra (2010) dalam Kamil & Antonius (2012), menemukan bahwa likuiditas mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Kamil & Antonius (2012), hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas tidak terbukti berpengaruh pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2: Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Growth Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Sari (2012), perusahaan dengan pertumbuhan tinggi akan mendapat banyak sorotan sehingga diprediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012) menunjukkan hasil bahwa variabel

pertumbuhan perusahaan (*growth*) yang diukur dengan rasio pertumbuhan pendapatan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun, dalam hipotesisnya (Sari, 2012) menyatakan bahwa *growth* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3: *Growth* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh *Media Exposure* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Media internet (*web*) merupakan media yang efektif dengan didukung oleh para pemakai internet yang mulai meningkat. Mengkomunikasikan CSR melalui media internet, diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Media *website* akan menjadi media yang sangat penting bagi suatu perusahaan karena berperan aktif dalam menggambarkan nilai dari suatu perusahaan dengan memberikan riwayat penyusunan pelaporan keuangan salah satunya terkait dengan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kristi (2013) serta Ekowati, Prasetyono, & Anis (2014) menunjukkan hasil bahwa *media exposure* memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Melati (2014), juga menunjukkan hasil bahwa variabel *media exposure* memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H4: *Media Exposure* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Growth* dan *Media Exposure* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Semakin kuat karakteristik yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan dampak sosial bagi publik tentunya akan semakin kuat pula pemenuhan tanggung jawab sosialnya kepada publik (Sembiring, 2005).

Karakteristik perusahaan diproksikan sebagai profitabilitas, likuiditas, *growth* dan *media exposure*. Ini berarti bahwa semakin kuat profitabilitas, likuiditas dan *growth* perusahaan maka akan semakin baik pula pemenuhan tanggung jawab perusahaan kepada publik. Begitu pula dengan *media exposure*, dimana semakin baik pemanfaatan dan penggunaan media internet oleh perusahaan maka akan semakin baik pula perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya kepada publik. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

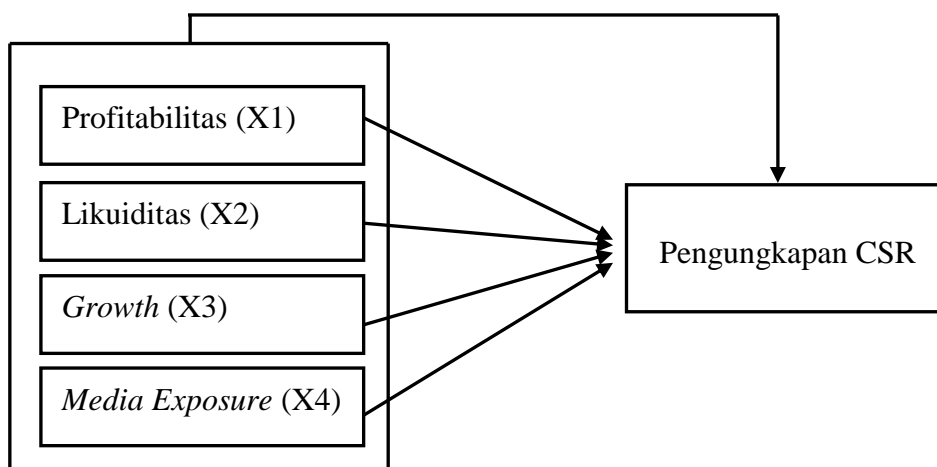
H5 : Profitabilitas, Likuiditas, *Growth* dan *Media Exposure* secara Simultan berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Model Penelitian

Model penelitian mengenai hubungan antara variabel-variabel yang telah dijelaskan, dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1
Model Penelitian

Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Growth* dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan



III. Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kausalitas, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu yang terdiri dari profitabilitas, likuiditas, *growth* dan *media exposure* terhadap variabel dependen yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dan perusahaan jasa yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2013-2015. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini berdasarkan kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan tahunan lengkap secara berturut-turut dari tahun 2013-2015 di BEI.
2. Perusahaan mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan perusahaan, tahun 2013-2015 secara berturut-turut.
3. Perusahaan mengalami pertumbuhan pendapatan (*growth*) positif secara berturut-turut dari tahun 2013-2015, dan dinyatakan dalam satuan mata uang rupiah.
4. Perusahaan memperoleh laba bersih selama periode berjalan.
5. Perusahaan yang tidak memiliki kelengkapan data variabel dalam laporan keuangan dan *annual report*.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang didapat dari laporan tahunan perusahaan manufaktur dan jasa yang *go public* tahun 2013,2014 dan 2015 yang diperoleh dari BEI.

Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel Dependen

Variabel dependen penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Fahrizqi (2010), variabel pengungkapan sosial perusahaan diukur dengan metode *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 terhadap masyarakat terdiri dari tujuh kategori dengan total 78 item pengungkapan yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, umum. Item pengungkapan dalam penelitian ini kemudian dinyatakan dalam bentuk indeks pengungkapan sosial (Sembiring, 2005).

Menurut Rahman (2012) dalam Ekowati, Prasetyono, & Anis (2014), menghitung tanggung jawab sosial yaitu dengan cara *checklist*. *Checklist* dilakukan dengan cara menyusun daftar item pengungkapan tanggung jawab sosial sesuai dengan tiap kategori, kemudian memberi tanda (v) apabila perusahaan yang menjadi sampel melakukan item pengungkapan yang bersangkutan. 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

Penelitian independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Profitabilitas (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 (Putri & Yulius, 2014). Rumusnya sebagai berikut:

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

b. Likuiditas (CR)

Menurut Putri & Yulius (2014), rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio likuiditas bertujuan menaksir kemampuan keuangan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan komitmen pembayaran keuangannya. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

c. Growth

Pertumbuhan perusahaan (*growth*) dalam penelitian ini diukur dengan pertumbuhan pendapatan perusahaan. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Growth} = \frac{\text{Pendapatan}_t - \text{pendapatan}_{t-1}}{\text{Pendapatan}_t}$$

Keterangan :

Pendapatan_t : Pendapatan perusahaan periode tahun berjalan.

Pendapatan_{t-1} : Pendapatan perusahaan periode tahun sebelumnya.

d. Media Exposure (ME)

Penelitian ini mengukur *media exposure* melalui *website* dengan variabel *dummy*, yaitu memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di *website* resmi perusahaan. Memberikan nilai 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di *website* resmi perusahaan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi dokumentasi, yaitu mengumpulkan data sekunder dari situs BEI berdasarkan kriteria. Data sekunder penelitian ini berupa laporan tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur dan jasa yang telah dipublikasikan. Membuat daftar mengenai perusahaan manufaktur dan jasa yang mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan yang berasal dari situs BEI. Selain itu, mengumpulkan data dari *website* resmi perusahaan yang mengungkapkan maupun tidak mengungkapkan CSR, untuk mengukur *media exposure*.

Metode Analisis Data

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan deskripsi data dari seluruh variabel yang akan dimasukkan dalam model penelitian yang dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata dan standar deviasi.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui data yang layak untuk dianalisis. Pengujian data dalam penelitian ini yaitu :

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah (Ghozali, 2016):

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal.
- Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika nilai *tolerance* lebih dari atau sama dengan 10% (\geq)

0,10) dan nilai *Variance Inflation Factor* kurang dari 1 atau sama dengan 10 (≤ 10), maka tidak terjadi multikolonieritas.

Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali, 2016).

Deteksi adanya autokorelasi dapat dilihat dari angka DW (*Durbin-Watson*). Secara umum deteksi autokorelasi dapat diambil patokan sebagai berikut:

- a) Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- b) Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- c) Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi positif.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016), Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian ini juga bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan deviasi standar nilai variabel dependen pada setiap variabel independen. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan Grafik Plot, dasar analisis:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Metode Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan regresi berganda. Bentuk persamaan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSR)

X1 = Profitabilitas (*Return on Asset/ROA*)

X2 = Likuiditas (*Current Ratio/CR*)

X3 = Pertumbuhan perusahaan (*Growth*)

X4 = *Media Exposure* (ME)

1 = Menggunakan *Media Exposure*

0 = Tidak menggunakan *Media Exposure*

a = *Intercept*

b_1, \dots, b_5 = Koefisien regresi

e = *Error*

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual secara statistik hal ini dapat diukur dari koefisien determinasi (R^2), uji statistik f, uji statistik t dan analisis regresi berganda.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016).

Uji Parsial (*t-test*)

Menurut Ghozali (2016), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji t menggunakan tingkat signifikansi 5%, jadi variabel yang tingkat signifikansinya kurang dari 0,05 dinyatakan berpengaruh signifikan.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F-statistik)

Menurut Ghozali (2016), uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Uji F menggunakan tingkat signifikansi 5%, jadi jika tingkat signifikansinya kurang dari 0,05 maka dinyatakan secara simultan keempat variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Beda t-test

Tujuan Uji Beda t-test adalah membandingkan rata-rata dua grup yang tidak berhubungan satu dengan yang lain. Apakah kedua grup tersebut mempunyai nilai rata-rata yang sama ataukah tidak sama secara signifikan (Ghozali,2016). Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$). Jika nilai Sig lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan.

IV. Hasil dan Pembahasan

Deskriptif Objek Penelitian

Jumlah populasi awal untuk perusahaan yang diteliti sebanyak 338 yang terdiri dari 155 perusahaan manufaktur dan 183 perusahaan jasa. Dari hasil proses pengumpulan data yang dilakukan peneliti, maka didapatkan data yang diteliti sebanyak 150 perusahaan dari tahun 2013 – 2015.

Statistik Deskriptif

Berdasarkan Lampiran 4 mengenai statistik deskriptif dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Profitabilitas

Variabel profitabilitas yang diukur dengan ROA menunjukkan rata-rata sebesar 0,0839. Hal ini berarti bahwa rata-rata profitabilitas perusahaan manufaktur dan jasa yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015 mampu menghasilkan laba bersih hingga 0,0839 atau sebesar 8% dari total aset yang dimiliki perusahaan. Nilai profitabilitas minimum diperoleh sebesar 0,00 atau laba mencapai 0% dari seluruh nilai aset perusahaan, dan profitabilitas maksimum adalah sebesar 0,40. Hal ini berarti perusahaan dapat menghasilkan laba bersih hingga 40% dari total aset yang dimiliki perusahaan.

Likuiditas

Variabel likuiditas yang diukur dengan CR menunjukkan nilai terendah sebesar 0,10 dan rata-rata sebesar 2,7586. Hal ini berarti bahwa rata-rata perusahaan manufaktur dan jasa yang terdaftar di BEI tahun 2013 sampai 2015, memiliki aset lancar sebesar 2,7586 dari seluruh hutang lancar. Likuiditas terbesar adalah sebesar 24,20 atau terdapat aset lancar sebesar 24 kali lebih besar dari hutang lancar perusahaan.

Growth

Variabel *growth* yang diukur dengan pertumbuhan pendapatan, rata-rata pertumbuhan perusahaan manufaktur dan jasa di Indonesia dari tahun 2013 sampai 2015 adalah 0,1646 atau 16,46% . Dimana nilai maksimumnya adalah 0,67 atau 67%. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan pendapatan suatu perusahaan dari tahun ke tahun, maka akan semakin baik pula kinerja keuangan perusahaan tersebut.

Media Exposure

Variabel *media exposure* memiliki nilai terendah 0 dan nilai maksimum 1 dan nilai rata-rata 0,67. Dari hasil uji statistik deskriptif, rata-rata perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosial di *website* resmi perusahaan adalah 0,67 atau 67%. Terlihat bahwa dari total 150 perusahaan dalam penelitian ini, terdapat 100 perusahaan yang telah memanfaatkan media untuk mengungkapkan berbagai informasi terutama berkaitan dengan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dari hasil pengujian statistik deskriptif terlihat bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial minimum 1% dan maksimum 37%, artinya pengungkapan csr yang memenuhi item pengungkapan paling tinggi sebanyak 29 dan paling rendah adalah 1 item pengungkapan. Sedangkan rata-ratanya adalah 10% artinya rata-rata perusahaan hanya memenuhi 9 item pengungkapan dari 78 item pengungkapan csr yang telah ditentukan.

Pengujian Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil penelitian, pada lampiran 1 menunjukkan nilai Asymp. Sig sebesar 0,211 lebih besar dari 0,05, hal tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai residual pada penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Berdasarkan lampiran 1 dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak terjadi multikolonieritas karena semua variabel independen memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10.

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan lampiran 1, dari grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga layak dipakai untuk kemudian dilanjutkan ke pengujian hipotesis.

Uji Autokorelasi

Pada lampiran 1 menunjukkan nilai Durbin Watson sebesar 1,872 sesuai dengan syarat untuk bebas autokorelasi yaitu diantara -2 sampai +2, maka peneliti menyimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari autokorelasi.

Analisis Data

Uji koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan lampiran 2, terlihat pada model summary besarnya nilai R^2 sebesar 0,183 yang menunjukkan bahwa hanya sebesar 18% variasi variabel dependen (CSR) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (Profitabilitas, Likuiditas, *Growth* dan *Media Exposure*) dalam penelitian ini. Sedangkan sisanya ($100\% - 18\% = 82\%$) dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model.

Uji Statistik F

Dari uji ANOVA yang ditunjukkan pada lampiran 2, terlihat bahwa nilai signifikan sebesar 0,000. Karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Profitabilitas, Likuiditas, *Growth* dan *Media Exposure* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Uji Statistik t

Pada lampiran 2 bagian Uji Statistik F menunjukkan bahwa dari keempat variabel independen yang dimasukkan kedalam model regresi, terlihat variabel *Media Exposure* yang memiliki pengaruh signifikan, sementara ROA, CR dan *Growth* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Maka diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$CSR = - 0,065 + 0,017 - 0,002 - 0,041 + 0,024 + e$$

Uji Beda t-test

Dalam penelitian ini, peneliti menguji apakah ada perbedaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan antara perusahaan manufaktur dan perusahaan jasa. Dari hasil pengujian diperoleh nilai Sig sebesar 0,261 jika dibandingkan dengan nilai signifikansi 0,05. Karena nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan pengungkapan tanggung jawab sosial antara perusahaan manufaktur dan perusahaan jasa.

Pembahasan Hipotesis

Berdasarkan lampiran 1 menunjukkan bahwa:

1. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, karena nilai signifikansi dari profitabilitas adalah 0,809 lebih besar dari 0,05, maka H1 ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa masih banyak perusahaan yang hanya memikirkan laba semata sehingga dianggap bahwa melakukan tanggung jawab sosial perusahaan hanya menambah biaya dan akan mengganggu kesuksesan keuangan perusahaan.
Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2012), namun bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ekowati, Prasetyono & Anis (2014). Hasil penelitian ini tidak mendukung teori yang menyatakan bahwa dengan adanya laba yang tinggi maka manajemen akan melakukan pengungkapan sosial yang luas. Argumen lain adalah manajemen merasa tidak perlu memberikan pengungkapan lingkungan karena tidak mempengaruhi posisi dan kompensasi yang diterimanya. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan justru memberikan kerugian kompetitif karena perusahaan harus mengeluarkan tambahan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial tersebut sementara kebanyakan perusahaan hanya berorientasi pada laba semata.
2. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, karena nilai signifikansi dari likuiditas sebesar 0,198 lebih besar dari 0,05, maka H2 ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan saat ini perusahaan lebih fokus kepada kinerja keuangan saja sehingga perusahaan lebih memikirkan untuk melunasi hutangnya daripada mengeluarkan tambahan biaya untuk melakukan kegiatan CSR. Hal ini dilakukan agar terlihat bahwa perusahaan tersebut memiliki tingkat kemampuan membayar hutang yang tinggi. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Ekowati, Prasetyono & Anis (2014).
3. *Growth* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, karena nilai signifikansi dari *growth* sebesar 0,330 lebih besar dari 0,05, maka H3 ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa bisa jadi perusahaan dengan pendapatan tinggi lebih memilih menggunakan biaya-biaya untuk kegiatan produksi daripada menggunakan untuk kegiatan csr yang nantinya malah akan menambah biaya. Jika dikaitkan dengan *stakeholder*, kebanyakan investor berorientasi pada kinerja jangka pendek dengan melihat keuntungan pada tahun berjalan, sedangkan CSR dianggap berpengaruh pada kinerja jangka menengah dan jangka panjang, sehingga disimpulkan bahwa *Growth* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4. *Media Exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, karena nilai signifikansi dari *media exposure* sebesar 0,041 lebih kecil dari 0,05, maka H4 diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa *media exposure* yang dilihat dari *website* resmi perusahaan memungkinkan dialog secara langsung antar semua pihak yang berhubungan dengan perusahaan sehingga akan meningkatkan transparansi perusahaan mengenai lingkungan sosial dan lingkungan. Memanfaatkan media untuk menyampaikan berbagai informasi kepada publik terutama berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan melalui *website* resmi perusahaan maka masyarakat akan mengetahui aktivitas sosial apa saja yang telah dilakukan oleh perusahaan.
Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kristi (2013). komunikasi CSR perusahaan melalui *website* mulai banyak digunakan sebagai pelengkap yang memungkinkan dialog secara langsung antar pihak. Internet dan *website* akan menjadi media komunikasi CSR yang sangat penting. Media *website* berperan aktif dengan memberikan riwayat pelaporan dan menyusunnya untuk menggambarkan nilai dari suatu perusahaan.
5. Profitabilitas, Likuiditas, *Growth* dan *Media Exposure* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, karena diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H5 diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin kuat profitabilitas, likuiditas, pertumbuhan perusahaan serta pemanfaatan media maka akan semakin baik pula pemenuhan tanggung jawab sosial perusahaan kepada publik, perusahaan akan semakin banyak melakukan kegiatan yang berkaitan dengan sosial dan lingkungan serta mengungkapkannya dengan baik .

V. Penutup

Kesimpulan

1. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. *Growth* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4. *Media Exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
5. Profitabilitas, Likuiditas, *Growth* dan *Media Exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Keterbatasan

Keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Nilai koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini masih terlihat kecil, karena penelitian ini hanya mengidentifikasi 4 faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Hasil penelitian ini banyak hipotesis yang tidak didukung karena pengungkapan tanggung jawab sosial hanya untuk bentuk iklan bagi perusahaan dan sifatnya susah untuk diukur, selain itu tingkat pengungkapannya yang dilihat dari laporan tahunan juga masih sangat kurang karena hanya terbatas pada 78 item pengungkapan yang sudah ditentukan.

Saran

Berdasarkan beberapa keterbatasan penelitian yang telah diungkapkan, maka diberikan saran untuk penelitian selanjutnya yaitu :

1. Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel independen yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, seperti ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik dan lain-lain. Mengingat 82% dari nilai variabel dependen dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.
2. Penelitian selanjutnya perlu mengikuti perkembangan mengenai item-item yang berkaitan dengan cara menilai pengungkapan CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Ekowati, L., Prasetyono, & Anis. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Growth* dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *SNA 17* .
- Fahrizqi, A. (2010). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*. Semarang. Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang
- Gunawan, B., & Suharti, S. U. (2008). Peranan Corporate Social Responsibility dalam Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan volume 7, Nomor 2, September 2008* .
- Kamil, A., & Antonius, H. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan *Corporate Social Responsibility*. *ISSN 2088-2106* .
- Kristi, A. A. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Publik di Indonesia. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Melati, P. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Study Empiris pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI Periode 2010-2012).
- Nur, M. (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 1 Nomor 1* .
- Putri, R. A., & Yulius, J. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Volume 2, Nomor 1* .
- Sari, R. A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Mominal Volume 1 Nomor 1* .
- Sembiring, E. R. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta . *SNA VIII Solo* .
- Wijaya, M. (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*

Lampiran 1:

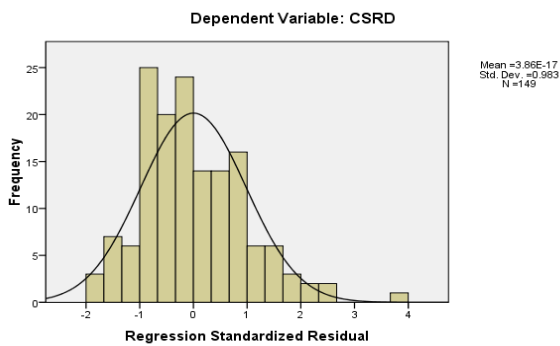
HASIL UJI ASUMSI KLASIK DENGAN SPSS 16.00

Descriptive Statistics

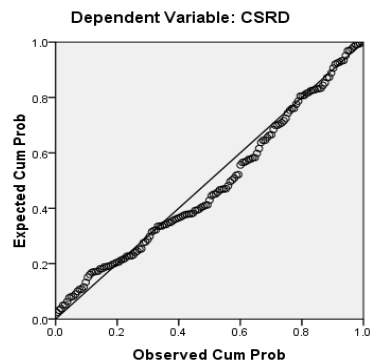
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	150	.00	.40	.0839	.07662
CR	150	.10	24.20	2.7586	3.23262
GROWTH	150	.00	.67	.1646	.12855
ME	150	0	1	.67	.471
CSR	150	.01	.37	.1043	.06979
Valid N (listwise)	150				

UJI NORMALITAS

Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		149
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.06311444
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.050
Kolmogorov-Smirnov Z		1.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.211
a. Test distribution is Normal.		

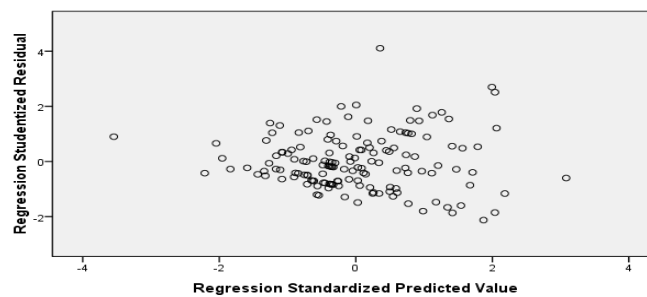
UJI MULTIKOLONIERITAS

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	ROA	.978	1.022
	CR	.976	1.025
	GROWTH	.935	1.069
	ME	.953	1.050
	Lag_Y	.982	1.018

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Scatterplot

Dependent Variable: CSR



UJI AUTOKORELASI**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.428 ^a	.183	.154	.06421	1.872

a. Predictors: (Constant), Lag_Y, GROWTH, CR, ROA, ME

b. Dependent Variable: CSR

dL	Du	4-dU	4-dL	DW	Interprestasi
1,679	1,788	2,212	2,321	1,872	Tidak ada autokorelasi

Lampiran 2 :

HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS**Uji koefisien Determinasi (R^2)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.428 ^a	.183	.154	.06421

a. Predictors: (Constant), Lag_Y, CR, ROA, ME, GROWTH

b. Dependent Variable: CSR

Uji Statistik t (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.065	.016		4.016	.000
	ROA	.017	.069	.018	.242	.809
	CR	-.002	.002	-.099	-1.292	.198
	GROWTH	-.041	.042	-.076	-.978	.330
	ME	.024	.011	.160	2.067	.041
	Lag_Y	.339	.076	.339	4.441	.000

a. Dependent Variable: CSR

Uji Statistik F (Simultan)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.132	5	.026	6.402	.000 ^a
	Residual	.590	143	.004		
	Total	.722	148			

a. Predictors: (Constant), Lag_Y, CR, ROA, ME, GROWTH

b. Dependent Variable: CSR

UJI BEDA T-TEST

Group Statistics

SEKTOR PERUSAHAAN	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
CSRD JASA	84	.0913	.06278	.00685
MANUFAKTUR	66	.1209	.07505	.00924

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
	F	Sig.	T	df	Sig. (2-tailed)
CSRD Equal variances assumed	1.272	.261	-2.629	148	.009
Equal variances not assumed			-2.574	126.238	.011