

**PENGARUH PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN  
LEVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG  
JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**  
*(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Tahun 2010-2014 Di  
Bursa Efek Indonesia)*

**ARTIKEL**



**Oleh:**

**ELVIRA TASYA**  
**2012/1202598**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2016**

**HALAMAN PENGESAHAN ARTIKEL**

**PENGARUH PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN  
LEVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL  
PERUSAHAAN**

**( Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar tahun 2010-2014  
di BEI)**

Oleh :

**ELVIRA TASYA**  
1202598/2012

Artikel ini disusun berdasarkan skripsi untuk persyaratan wisuda periode September  
2016 dan telah diperiksa/disetujui oleh kedua pembimbing

**Padang, Agustus 2016**

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing I**



**Henri Agustin, SE, M.Sc, Ak**  
NIP. 19771123 200312 1 003

**Pembimbing II**



**Charoline Cheivivanny, SE, Ak, M.Ak**  
NIP. 19801019 200604 2 002

**PENGARUH PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN  
LEVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG  
JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**  
*(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Tahun 2010-2014 Di  
Bursa Efek Indonesia)*

Elvira Tasya  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang  
Jalan Prof. Dr. Hamka Kampus Air Tawar Padang  
Email: [elviratasya5@gmail.com](mailto:elviratasya5@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This study aimed to examine the effect of Companies Growth, Profitability and Leverage on Corporate Social Responsibility. This study was considered as a causative research. The population in this study was all companies listed on the Stock Exchange in 2010 until 2014. The sample was determined by the purposive sampling method and obtain 45 companies. Type of data used was secondary data obtained from [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) and corporate websites. The method of analysis used is multiple regression analysis.*

*Based on the results of multiple regression analysis with a significance level of 5%, the results of this study concluded that: (1) Companies Growth doesn't have a positive effect on the Corporate Social Responsibility; (2) profitability have a positive effect on the Corporate Social Responsibility; (3) leverage doesn't have a negative effect on the Corporate Social Responsibility.*

*The above results, it is suggested: Researchers can then use the GRI indicators in measuring Corporate Social Responsibility and, looking the other an independent variables which affect the Corporate Social Responsibility such as environmental performance, ownership and investor reaction.*

*Keywords : Corporate Social Responsibility Disclosure, companies growth, profitability and leverage*

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah Menguji Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. Penelitian ini tergolong penelitian kausatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2010 sampai 2014. Sedangkan sampel penelitian ini ditentukan dengan metode purposive sampling sehingga diperoleh 45 perusahaan sampel. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan website perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda: (1) Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan; (2) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan; (3) *leverage* tidak berpengaruh *negative* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil penelitian diatas, disarankan: Peneliti selanjutnya dapat menggunakan indikator GRI dalam mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan, mencari variabel indenpenden lain yang berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan seperti kinerja lingkungan, kepemilikan saham dan reaksi investor.

Kata Kunci : Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan *Leverage*

## I. PENDAHULUAN

Ditinjau dari segi ekonomi, tujuan utama perusahaan adalah memperoleh keuntungan yang optimal. Keberadaan perusahaan tidak bisa lepas dari lingkungan dimana mereka berada. Pada perusahaan bisnis yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam, seringkali perusahaan mengabaikan dampak sosial dan lingkungan yang terjadi atas tindakan ekonomi yang dilakukan dimana tindakan tersebut dapat menyebabkan kerusakan lingkungan, misalnya penggundulan hutan, polusi udara, pencemaran air karena limbah pabrik, dan lain sebagainya.

Adanya dampak pada lingkungan tersebut mempengaruhi kesadaran masyarakat akan peran perusahaan dalam lingkungan sosial pun semakin meningkat. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan telah melaksanakan aktivitas sosialnya untuk memastikan bahwa hak-hak mereka telah terpenuhi. Oleh karena itu penting bagi perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Masyarakat menginginkan kerusakan terhadap lingkungan tersebut dikendalikan sehingga dampak sosial yang ditimbulkan dapat dihindari atau diminimalkan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai komitmen perusahaan untuk menjalankan bisnis sesuai dengan ketentuan hukum dan

perilaku etis dengan memperhatikan lingkungan dan sosial sehingga dapat memberikan kontribusi bagi seluruh *stakeholders* serta dapat menjaga keberlangsungan hidup perusahaan. Tujuan pengungkapan adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan melayani kebutuhan berbagai pihak yang mempunyai kepentingan berbeda-beda (Suwardjono, 2005).

Menurut Ketua Umum CFCD Suwandi dalam penyelenggaraan konferensi nasional CFCD di Balai Kartini Jakarta, Rabu (26/11/2014) menyatakan belum semua perusahaan di Indonesia menjalankan program tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) dengan baik, padahal mereka memiliki kemampuan menjalankannya. Hal ini dapat dilihat dari anggota yang bergabung dalam *Corporate Forum for Community Development* (CFCD) baru sebanyak 253 perusahaan, padahal kalau melihat regulasinya semua perusahaan yang beroperasi di Indonesia berkewajiban untuk melaksanakan program CSR ([www.Bisnis.com](http://www.Bisnis.com)).

Penerapan CSR telah diatur Pemerintah melalui UU No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pada pasal 3 dan 74 yang menyebutkan bahwa perseroan yang bidang usahanya terkait dengan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pasal 15 huruf b UU 25/2007 diatur bahwa setiap penanam modal wajib melaksanakan tanggung

jawab sosial dan lingkungan dan **pasal 34** UU No.25 tahun 2007 Badan usaha atau usaha yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam Pasal 15 dapat dikenai sanksi administratif berupa: (1) peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha, pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal. (2) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan oleh instansi atau lembaga yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (3) Selain dikenai sanksi administratif, badan usaha atau usaha perseorangan dapat dikenai sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah memberi tekanan terhadap penanam modal secara *mandatory* untuk mengimplementasikan program CSR.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan, berdasarkan penelitian sebelumnya menjelaskan beberapa faktor yang mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan yaitu : *profitability* (Georgeta, 2013), tipe industry dan ukuran perusahaan (Purwanto, 2011), dewan komisaris (Badjuri, 2011), *Growth* (Yuliani, 2014), *leverage* (Nur, 2012), kepemilikan manajemen (Rawi, 2010) dan lain lain. Pada penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan difokuskan berdasarkan *growth*, profitabilitas dan *leverage* perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan dapat mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Hubungan antara pertumbuhan (*growth*) perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terjadi ketidak konsistenan hasil. Penelitian Sari (2012) memberikan bukti empiris bahwa pertumbuhan (*growth*) tidak berpengaruh dan penelitian Yuliani (2014) membuktikan bahwa pertumbuhan (*growth*) berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, Sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut yang menghubungkan kedua variabel tersebut.

Profitabilitas juga mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam suatu periode tertentu yang merupakan hasil bersih dari kebijakan-kebijakan manajemen, dalam mengelola likuiditas, asset ataupun utang perusahaan profitabilitas merupakan factor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan pertanggung jawaban sosialnya (Grey, et all 1995 dalam Widiyanto, 2011). Diantara penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial Perusahaan yaitu Sari (2012), Badjuri (2011),

Sofia dan Keni (2013) dan Lilis et, Al (2014) Sedangkan penelitian Nur (2012), Echave (2010), Erma dkk (2013), Heni (2013) menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara kedua variabel tersebut.

Dan *leverage* juga mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. *Leverage* menunjukkan seberapa mampu perusahaan dalam melunasi utang. Diantara penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara *Leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial Perusahaan yaitu, Nur (2012) Sedangkan penelitian Echave (2010), Rawi (2010), Sari (2012), Badjuri (2011) Erma dkk (2013) menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara kedua variabel tersebut.

Beberapa penelitian terdahulu masih terdapat ketidak konsistenan hasil penelitian atas faktor faktor yang memengaruhi tanggung jawab sosial sehingga perlu diuji ulang dengan sampel dan periode yang berbeda. Pengujian ulang ditujukan untuk menyakini bahwa faktor-faktor dalam tersebut benar-benar berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dimana faktor-faktor tersebut dapat digunakan sebagai indikator dan informasi bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi saham. Hasil yang beragam tersebut, mungkin dikarenakan perbedaan sifat variabel independen dan variabel dependen yang diteliti, perbedaan periode pengamatan, jenis pengungkapan, peraturan yang

berlaku, dan/atau perbedaan dalam metodologi statistik yang digunakan

Penelitian Sari (2012) menggunakan periode 3 tahun pada 2008-2010. Sedangkan peneliti menggunakan periode pengamatan yang lebih baru dan jangka periode 5 tahun yaitu tahun 2010-2014, untuk menyakinkan bahwa faktor-faktor tersebut benar-benar dapat menggambarkan penyebab perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Kemudian peneliti juga menggunakan indikator pengungkapan CSR yang diadopsi dari Sembiring (2005) yang berbeda dengan penelitian Sari (2012) yang menggunakan indikator dari *Global Reporting Initiative* (GRI).

Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial sembiring (2005) berfokus pada pengungkapan yang berkaitan dengan lingkungan dan sosial perusahaan saja. sedangkan indeks GRI-G4 berfokus pada pengungkapan yang berkaitan dengan ekonomi, lingkungan dan sosial perusahaan. Oleh karena itu saya mengambil indeks pengungkapan CSR dari Sembiring (2005) karena saya ingin melihat aktivitas- aktivitas apa saja yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan yang difokuskan pada lingkungan dan sosial.

Objek penelitian yang digunakan juga difokuskan pada perusahaan manufaktur, dengan alasan perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang memiliki aktivitas yang kompleks sehingga memungkinkan perusahaan

melakukan aktivitas sosial dan pengungkapan CSR dalam laporan keuangannya, secara lebih transparan dan juga perusahaan manufaktur berhubungan langsung dengan lingkungan, polusi, energi, produk dan masyarakat. Hal ini sesuai dengan item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu, perusahaan manufaktur *go public* di BEI juga sangat besar sehingga menyediakan jumlah sampel yang lebih besar, yang diharapkan mampu menghasilkan tingkat generalisasi yang lebih baik dibandingkan penelitian sebelumnya

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Tahun 2010-2014 Di BEI)**”

## II. Telaah Literatur

### 1. Teori Agensi

Teori agensi menjelaskan hubungan antara prinsipal dengan agen. Praktik CSR dan pengungkapannya juga dikaitkan dengan *agency theory* (Cowen et.al, 1987) Nurul, 2013).. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu komitmen manajemen untuk meningkatkan kinerjanya terutama dalam kinerja sosial. Dengan demikian, manajemen akan mendapatkan penilaian positif dari *stakeholders*.

## 2. Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007) dalam Luthfia, (2011).

Perusahaan mampu tumbuh dan berkembang dengan baik kemudian menjadi besar dibutuhkan dukungan dari para *stakeholdernya*. Para *stakeholder* membutuhkan berbagai informasi terkait dengan aktivitas perusahaan yang digunakan dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, perusahaan akan berusaha untuk memberikan berbagai informasi yang dimiliki untuk menarik dan mencari dukungan dari para *stakeholdernya*.

## 3. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Kata pengungkapan (*disclosure*) memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Dan menurut Suwardjono (2005) secara konseptual pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan, secara teknis pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh *statement* keuangan.

Menurut Djajadiningrat dan Melia (2004: 35) dalam Lilis et. Al (2014), 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

## **2. Pengaruh *Growth* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Pertumbuhan perusahaan (*Growth*) dapat menunjukkan kinerja keuangan perusahaan. Maria (2009) dalam Sari (2012) menyatakan bahwa *growth* merupakan tingkat pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat agar dapat memenangkan pasar dengan menarik konsumen agar selalu memilih produknya (Yuztitya, 2011).

Beberapa tahun terakhir, perkembangan aktivitas laporan tanggung jawab sosial menjadi salah satu trend dalam perusahaan. Menurut Andayani dkk (2008) dalam Yuztitya, 2011). hal ini dilakukan sebagai salah satu strategi perusahaan agar dapat memberikan kesan yang baik atau citra positif bagi pihak eksternal terhadap perusahaan. Cowen, dkk (1987) dalam Yuztitya, 2011) mengatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena hal ini akan meningkatkan image/citra perusahaan.

H1 : *Pertumbuhan (growth) perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.*

## **3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Tingkat profitabilitas yang tinggi pada perusahaan akan meningkatkan daya saing yang tinggi pula antar perusahaan dan menandakan pertumbuhan perusahaan pada masa mendatang. Dalam memenuhi kebutuhan informasi diperlukan adanya pengungkapan yang lebih sesuai dengan kebutuhan masing masing pengguna. Jadi profitabilitas yang tinggi akan berdampak juga terhadap luasnya pengungkapan CSR suatu perusahaan.

Dikaitkan dengan teori agensi, perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Penelitian yang dilakukan oleh Veronica (2009), Sari (2012), Lilis dkk (2014), Nur (2012), dan Heni (2013) berhasil menunjukkan adanya pengaruh positif profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini menggunakan *Return on Asset (ROA)* sebagai alat ukur profitabilitas perusahaan karena rasio ini dapat mengukur sejauh mana perusahaan menghasilkan laba bersih pada sejumlah aset tertentu.

H2 : *Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.*

#### **4. Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Menurut Belkaoui (1989) dalam Sembiring (2005) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hasil penelitian Nur (2012) yang diproksi oleh DER menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara *Leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial Perusahaan

H3 : *Leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.*

### **III. Metode Penelitian**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kausatif karena bertujuan untuk menguji variabel yang berpengaruh terhadap variabel dependen (hubungan kausalitas). Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh pertumbuhan (*growth*) perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan pengungkapan tanggung jawab sosial.

#### **B. Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel**

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2010-2014. Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan yang tidak delisting selama tahun 2009-2014
2. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan dengan mata uang rupiah.
3. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan tahunan lengkap secara berturut-turut dari tahun 2009-2014 di BEI.
4. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan CSR pada laporan tahunannya lengkap secara berturut-turut dari tahun 2009-2014. Sampel perusahaan berdasarkan criteria berjumlah 45 perusahaan.

### **IV. Hasil dan Pembahasan Hasil Penelitian**

#### **1. Statistic Deskriptif**

Hasil analisis deskriptif diatas menunjukan bahwa jumlah sampel (N) dari penelitian ini ada 225. Dari 225 sampel ini nilai variabel Growth yang terkecil adalah -0,73 atau -73% dan nilai Growth yang terbesar adalah 3,48 atau 348% dengan nilai rata-rata sebesar 0,1675 atau 16,75%. Nilai standar deviasi sebesar 0,37445.

Pada variabel profitabilitas (ROA) nila yang terkecil -0,76 atau -76% dan nilai profitabilitas yang terbesar sebesar 0,43 atau 43% dengan nila

rata-rata sebesar 0,0869 atau 8,69%. Nilai standar deviasi sebesar 0,13480. ROA yang tinggi menunjukkan efektifitas perusahaan dalam memanfaatkan besarnya asset yang dimiliki untuk menciptakan laba.

Pada variabel leverage (DER), nilai yang terkecil adalah -10,34 atau -1034% dan nilai terbesar adalah 22,46 atau 2246% dengan nilai rata-rata sebesar 1.3031 atau 130,31%. Nilai standar deviasi sebesar 2.53039.

Pada variabel pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR), nilai yang terkecil sebesar 0.04 atau 4% dan nilai terbesar adalah 0,46 atau 46% dengan nilai rata-rata sebesar 0,1641 atau 16,41%. Nilai standar deviasi sebesar 0,09520. Besarnya indeks menunjukkan besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa residual belum berdistribusi normal dimana nilai signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$ . Ghozali (2005) mengatakan bahwa data yang tidak terdistribusi secara normal sehingga dianggap belum layak untuk dilakukan uji regresi berganda. data perlu ditransformasi Log natural (Ln).

Pada hasil uji statistic non-parametik Kolmogorov-Smirnov setelah transformasi dapat dilihat bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar  $0,750 > 0,05$ . Maka dapat dinyatakan bahwa residual berdistribusi normal dan terlihat dalam grafik histogram seperti dibawah ini:

### b. Uji Autokorelasi

Hasil regresi dengan *level of significance* 0,05 ( $\alpha=0,05$ ) dengan jumlah variabel independen ( $k=3$ ) dengan banyak data ( $n = 178$ ) didapat nilai *Durbin Watson* (D-W) sebesar 0,775. Nilai ini berada pada nilai D-W -2 sampai +2 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

### c. Uji Multikolinearitas

Pada tabel nilai VIF pada *Growth* (pertumbuhan perusahaan) sebesar 1,007, *Profitabilitas* (ROA) sebesar 1,125 dan *Leverage* (DER) sebesar 1,118. Hasil perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10. Hasil perhitungan nilai *variance inflation factor* (VIF) juga menunjukan hal yang sama, tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

### d. Uji Heterokedasitas

Tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 3 variabel independen tidak ada satupun variabel bebas yang signifikan mempengaruhi variabel dependen nilai absolute (Absut) karena semuanya mempunyai nilai signifikansi diatas 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung gejala heteroskedasitas.

#### 1. Uji simultan (Uji F Statistik)

Dari uji ANOVA atau F test didapat nilai F hitung  $> F$  tabel dimana  $2.425 < 3,04$  dengan tingkat signifikansi  $0,067 > 0,05$ , maka nilai regresi tidak dapat digunakan untuk memprediksi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau tidak

dapat dikatakan bahwa pertumbuhan perusahaan, profitabilitas dan *leverage* secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## 2. Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil pengujian model summary menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan, profitabilitas dan *leverage* secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Besarnya pengaruh secara bersama-sama ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi ( $Adj R^2$ ) sebesar 0,024 atau 2,4%. Artinya pertumbuhan perusahaan, profitabilitas dan *leverage* mempengaruhi pengungkapan CSR sebesar 2,4%, sedangkan sisanya sebesar 97,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

## Pembahasan

### 1. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

Pada tabel dapat dilihat bahwa variabel *growth* memiliki nilai signifikansi 0,574 ( $sig > 0,05$ ) nilai *t* hitung (positif)  $0,563 < 1,651746$ . Nilai koefisien  $\beta$  dari variabel *growth* bernilai positif sebesar 0,028. Dapat disimpulkan bahwa *growth* perusahaan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga **hipotesis pertama penelitian ini ditolak**

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012). Menurut Maria (2009) dalam Sari (2012), hal ini disebabkan

*Corporate Social Responsibility* merupakan isu yang baru dan kualitasnya tidak mudah diukur serta kebanyakan orientasi investor lebih tertuju kepada kinerja jangka pendek.

Secara teoritis dapat dijelaskan bahwa citra positif perusahaan akan meningkatkan keberpihakan perusahaan kepada *stakeholders* sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan masyarakat kepada perusahaan untuk membeli produknya dan dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan (*sales growth*). Tetapi pada umumnya perusahaan melakukan CSR hanya sebagai bagian dari iklan dan menghindari untuk memberikan informasi yang relevan. Kebanyakan investor berorientasi pada kinerja jangka pendek dengan berorientasi kepada keuntungan (*profit*) pada tahun berjalan, sedangkan CSR dianggap berpengaruh pada kinerja jangka menengah dan jangka panjang.

### 2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Pada tabel dapat dilihat bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai signifikansi 0,025 ( $sig < 0,05$ ) nilai *t* hitung (positif)  $2,257 > 1,651746$ . Nilai koefisien  $\beta$  dari variabel profitabilitas bernilai positif sebesar 0,103. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas perusahaan (X2) berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga **hipotesis kedua penelitian ini diterima**

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan

oleh Sari (2012), Badjuri (2011) dan Lilis dkk (2014). Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dapat mengatasi timbulnya biaya-biaya atas pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut. Semakin tinggi profitabilitas maka menejer lebih termotivasi untuk memberikan informasi yang lebih terperinci termasuk kebebasan dan keleluasaan untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya. hal ini disebabkan manajer ingin meyakinkan investor akan profitabilitas perusahaan.

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.

Implikasi yang dapat disimpulkan atas penerimaan hipotesis yang diajukan adalah bahwa perusahaan di Indonesia harus meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial baik ketika memperoleh *profit* yang tinggi maupun tidak. Artinya dengan begitu perusahaan di Indonesia sudah mulai menganggap pentingnya keberadaan pengungkapan tanggung jawab sosial. Sehingga semakin besar keuntungan yang diperoleh akan semakin tinggi juga nilai dan kinerja dan pelaksanaan tanggung jawab sosial yang dilakukan.

### **3. *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan**

Pada tabel dapat dilihat bahwa variabel *leverage* memiliki nilai signifikansi 0,640 ( $\text{sig} > 0,05$ ) nilai *t* hitung (negative)  $-0,469 < 1,651746$ . nilai koefisien  $\beta$  dari variabel *leverage* bernilai positif sebesar  $-0,023$ . Dapat disimpulkan bahwa *leverage* perusahaan (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga **hipotesis ketiga penelitian ini ditolak**

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa *leverage* yang diukur dengan *Debt To Equity* (DER) tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sari (2012), Badjuri (2011) dan Rawi (2010) yang tidak berhasil membuktikan adanya pengaruh signifikan antara *leverage* terhadap CSR.

Penyebabnya adalah karena sudah terjadi hubungan yang baik antara perusahaan dengan *debtholders*, yang mengakibatkan *debtholders* tidak terlalu memperhatikan rasio *leverage* perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi, menganggap perlu memberikan laporan pengungkapan tanggung jawab sosial, sehingga ada “*good news*” tentang kinerja perusahaan

Berdasarkan tabel 9 rata-rata *leverage* perusahaan selama tahun 2010-2014 menunjukkan angka 140,78%, artinya perusahaan manufaktur di Indonesia rata rata

struktur modalnya didominasi oleh utang dengan perbandingan 140,78% atau 1,4 kali lebih besar dari ekuitas. Maksimum toleransi nilai DER adalah 3:1, untuk sektor selain bank ([www.wordpress.com](http://www.wordpress.com)). Hal ini menunjukkan angka DER diatas tergolong ideal karena berada dibawah batas toleransi yang diperbolehkan, berarti perusahaan manufaktur di Indonesia rata-rata berada dalam kondisi yang baik sehingga hal inilah yang mungkin menjadi penyebab tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *leverage* terhadap pengungkapan CSR. .

#### V. PENUTUP

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai “Pengaruh *Growth*, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*” adalah sebagai berikut: (1) Pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial; (2) Profitabilitas perusahaan yang diukur dengan *Return On Assets* (ROA) berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial; (3) *Leverage* perusahaan yang diukur dengan *Debt To Equity* (DER) tidak berpengaruh signifikan negative terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

#### Keterbatasan Penelitian

1. Indeks untuk indikator yang digunakan mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial dalam penelitian ini adalah

indikator yang diadopsi oleh sembiring (2005).

2. Nilai adjusted R-Square yang rendah, hal ini menunjukkan bahwa masih banyak variabel yang lain yang belum digunakan dan memiliki kontribusi yang besar dalam mempengaruhi pengungkapan CSR
3. Penelitian ini hanya mengidentifikasi 3 (tiga) faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam laporan tahunan yang dianggap peneliti berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR.
4. Sampel penelitian yang digunakan terbatas hanya pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

#### Saran

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan cara pengukuran atau indikator pengungkapan tanggung jawab sosial yang berbeda seperti indikator GRI
2. Penelitian selanjutnya yang tertarik untuk meneliti yang sama, sebaiknya mempertimbangkan dan mencari variabel indenpenden lain yang berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial seperti kinerja lingkungan, kepemilikan saham dan reaksi investor.
3. Penelitian selanjutnya, jumlah perusahaan yang dijadikan sampel penelitian sebaiknya diperbanyak sehingga kesimpulan yang dibuat dimungkinkan untuk dapat digeneralisasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, FR Reni Retno. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang (K-AKPM 24)*. Hlm 1-21.
- Badjuri, Achmad. 2011. Faktor-Faktor Fundamental, Mekanisme *Coorporate Governance*, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (Csr)* Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam Di Indonesia. *Jurnal Dinamika Keuangan Dan Perbankan*, Vol. 3 No. 1, Mei 2011.
- Dela ,Fitria Meisya, 2014. Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Universitas Negeri Padang*.
- Echave, Jon Otegui, Shyam S. Bhati 2010. *Determinant of social and environmental disclosure by Spanish compaies. journal Third Annual International Business Conference*
- Georgeta, 2013. *A Study of the Relationship between Corporate Social Responsibility - Financial Performance - Firm Size. Journal Revista Română de Statistică*
- Hastuti, Widya. 2014 Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Tipe Industri Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Laporan Tahunan. *E-Jurnal Universitas Negeri Padang*
- Lilis, Ekowati, Prasetyono, Anis Wulandari, 2014. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Growth*, dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan. *Jurnal SNA 17 Mataram, Lombok*.
- Luthfia, Khaula, 2011. Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal Dan *Corporate Governance* Terhadap Publikasi *Sustainability Report*. Skripsi Universitas Diponegoro.
- Nur, Marzully 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*
- Nurul, Kusuma Wardani, Indira Januarti, 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan

- Corporate Responsibility* (Csr).  
Diponegoro Journal Of Accounting
- Pemerintah Indonesia. 2007. "Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas." [www.bapepam.go.id/reksadan/files/regulasi/UU%2040%202007%20Perseroan%20Terbatas.pdf/](http://www.bapepam.go.id/reksadan/files/regulasi/UU%2040%202007%20Perseroan%20Terbatas.pdf/)
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan Nomor 1 Tahun 2009 tentang Penyajian Laporan Keuangan.
- Purwanto, Agus, 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Akuntansi & Auditing* Volume 8/No. 1/November 2011: 1-94
- Rawi, Munawar Muchlish, 2010. Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusi, Leverage, dan *Corporate Social Responsibility*, Artikel *Symposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto*.
- Rheza, Dwi Respati dan Paulus Basuki Hadiprajitno, 2015. Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Universitas Diponegoro*.
- Sari, Rizkia Anggita. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal* Volume 1 Nomor 1, 2012: 125-138.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi VIII Solo*. Hlm 379-395.
- Sofia, prima dewi dan Keni, 2013. Pengaruh Umur Perusahaan, Profitabilitas, ukuran perusahaan dan leverage terhadap pengungkapan tanggungjawab perusahaan Perusahan manufaktur 2009-2011). *Jurnal bisnis akuntansi*
- Suwardjono. 2005. *Teori Akuntansi: Perekayasaan Pelaporan Keuangan*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPF.
- Theodora Martina Veronica, Drs. Agus Sumin, Mm. 2009. *The Effect Of Company Characteristic On Disclosure Of Social Responsibility In Mining Corporate Sector Listed In Indonesia Stock Exchange*.



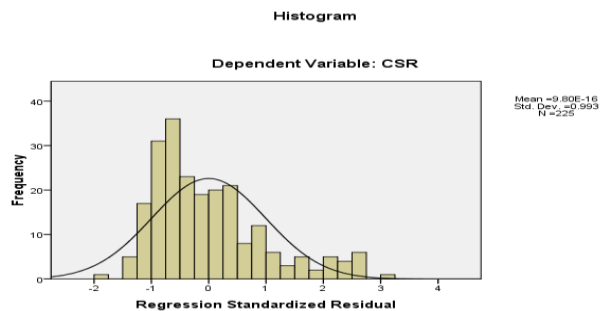
- Jurnal Akuntansi Keuangan*,  
Vol.12 No.1.2009
- Undang-Undang Republik Indonesia  
Nomor 40 tahun 2007  
tentang Perseroan Terbatas.  
2008. Jakarta
- Utami. 2007. Pengaruh Ukuran  
Perusahaan, Ukuran Dewan  
Komisaris, Kepemilikan  
Institusional, Kepemilikan  
Asing, dan Umur Perusahaan  
terhadap *Corporate Social  
Responsibility Disclosure*  
pada Perusahaan Properti  
dan Real Estate yang  
terdaftar di BEI. *Jurnal  
Universitas Sebelas Maret  
Surakarta*.
- Wakid, Nadiah Lutfi, Iwan  
Triyuwono dan Prihat Assih.  
2013. Pengaruh Karakteristik  
Perusahaan Terhadap  
Pengungkapan *Corporate  
Social Responsibility* pada  
Perusahaan Manufaktur yang  
Terdaftar di Bursa Efek  
Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan  
Bisnis*.
- Widianto, Hari Suryono, 2011.  
Pengaruh Profitabilitas,  
Likuiditas, *Leverage*, Aktivitas,  
Ukuran Perusahaan, Dan  
*Corporate Governance*  
Terhadap Praktik  
Pengungkapan *Sustainability  
Report*. Skripsi. Universitas  
Diponegoro.
- Yuliani, Nurbaity, 2014. Pengaruh  
Struktur Kepemilikan Saham  
Dan Karakteristik Perusahaan  
Terhadap Pengungkapan  
*Corporate Social  
Responsibility* Pada Perusahaan  
Pertambangan Yang Terdaftar  
Di Bei Tahun 2011-2013.  
*Jurnal Universitas Maritim Raja  
Ali Haji (UMRAH)*
- Yuztitya, Asmaranti, 2011. Pengaruh  
Pengungkapan Tanggung  
Jawab Sosial Perusahaan  
terhadap Kinerja Keuangan  
dengan *Sales Growth sebagai  
Variabel Intervening*. *Jurnal  
Ilmiah ESAI* Volume 5, Nomor 3,  
Juli 2011
- Zulfi, Nike Meilissa, 2014. Pengaruh  
Kepemilikan Saham  
Pemerintah, Tipe Industri,  
Ukuran Perusahaan, Dan  
Profitabilitas Terhadap  
Pengungkapan *Corporate  
Social Responsibility* Pada  
Perusahaan Go Public Di  
Indonesia. *E-Jurnal Universitas  
Negeri Padang*

### 1. Deskriptif Statistiks

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	225	.04	.46	.1641	.09520
Growth	225	-.73	3.48	.1675	.37445
Profitabilitas	225	-.76	.43	.0869	.13480
Leverage	225	-10.34	22.46	1.3031	2.53039
Valid N (listwise)	225				

### 2. Uji Normalitas Residual One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

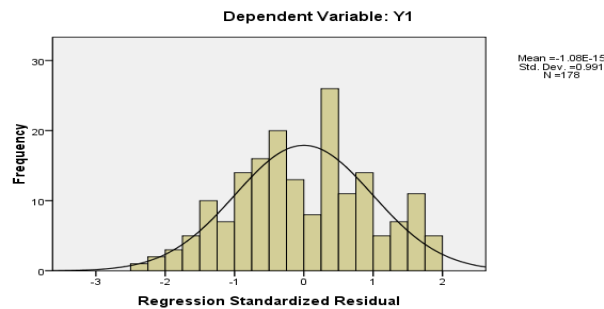
		Unstandardized Residual
N		225
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.09354273
Most Extreme Differences	Absolute	.121
	Positive	.121
	Negative	-.092
Kolmogorov-Smirnov Z		1.816
Asymp. Sig. (2-tailed)		.003
a. Test distribution is Normal.		



3. Uji Normalitas Residual One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test sesudah tranformasi

		Unstandardized Residual
N		178
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.56847280
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.050
	Negative	-.051
Kolmogorov-Smirnov Z		.676
Asymp. Sig. (2-tailed)		.750
a. Test distribution is Normal.		

Histogram



4. Uji Autokorelasi Residual Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.200 <sup>a</sup>	.040	.024	.57335	.775

a. Predictors: (Constant), X3b, X1b, X2b

b. Dependent Variable: Yb

### 5. Uji Multikolinearitas Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.622	.156		-10.426	.000		
X1b	.028	.049	.042	.563	.574	.993	1.007
X2b	.103	.046	.178	2.257	.025	.889	1.125
X3b	-.023	.049	-.037	-.469	.640	.894	1.118

a. Dependent Variable: Yb

### 6. Uji Heterokedasitas Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.556	.156		-3.565	.001
X1b	.075	.045	.178	1.649	.103
X2b	.040	.046	.094	.860	.392
X3b	-.008	.047	-.018	-.165	.869

a. Dependent Variable: abresid

### 7. Hasil Uji F Statistiks ANOVA

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2.392	3	.797	2.425	.067 <sup>a</sup>
Residual	57.200	174	.329		
Total	59.592	177			

a. Predictors: (Constant), X3b, X1b, X2b

b. Dependent Variable: Yb

8. Hasil Uji Adj R Square Statistiks Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.200 <sup>a</sup>	.040	.024	.57335

a. Predictors: (Constant), X3b, X1b, X2b

b. Dependent Variable: Yb

9. Hasil Uji T Statistiks Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.622	.156		-10.426	.000
	X1b	.028	.049	.042	.563	.574
	X2b	.103	.046	.178	2.257	.025
	X3b	-.023	.049	-.037	-.469	.640

a. Dependent Variable: Yb