

**PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS, DAN UKURAN  
PERUSAHAAN TERHADAP CSR DISCLOSURE PERUSAHAAN PADA  
PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR BARANG  
KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI (2010-2013)**

**Titi Setianingsih  
Edi Joko Setyadi**

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto

**ABSTRACT**

*This research aimed to analyze the effect of leverage, profitability, and size of the company toward the disclosure of corporate social responsibility on consumer goods sector manufacturing corporates. The independent variable in this research were leverage, profitability, and the size of the company. And the dependent variable were Corporate Social Responsibility Disclosure/CSR. The sample of this research were the manufacturing corporate of consumption goods enlisted in Indonesian Stock Exchange in 2010-2013. The total of the corporates in this research were 18 corporates having observed for 4 years. The hypothesis test was by multiple regression analysis. The result of multiple regression analysis showed that the company size affected positively toward the CSR. While leverage and profitability did not effect on CSR. The value of Adjusted  $R^2$  of the regression model was 0,659. It mean that 65,9 percent of the corporate social responsibility disclosure could be explained by leverage, profitability, and company size.*

**Key words:** *corporate social responsibility disclosure, leverage, profitability, company size.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan dan variabel dependen penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang *listing* di BEI tahun 2010-2013. Total perusahaan dalam penelitian ini sebanyak 18 perusahaan yang telah mengalami pengamatan selama 4 tahun. Pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil dari analisis dengan menggunakan metode analisis regresi berganda membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR. Sedangkan *leverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR. Nilai dari regresi *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,659. Hal itu berarti 65,9 persen dari variabel CSR dapat dijelaskan oleh *Leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan.

**Kata kunci :** Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan.

## PENDAHULUAN

Laporan keuangan merupakan cara perusahaan dalam menggambarkan kondisi keuangannya pada saat tertentu atau jangka waktu tertentu. Bagi pihak-pihak diluar manajemen suatu perusahaan, laporan keuangan merupakan jendela informasi yang memungkinkan mereka mengetahui kondisi perusahaan tersebut. Informasi inilah yang nantinya berguna bagi investor sebagai alat bantu pengambilan keputusan investasinya.

Pengungkapan informasi dalam laporan tahunan perusahaan dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) (Nugroho 2011). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan muncul karena adanya tuntutan dari masyarakat para pengguna laporan keuangan terhadap dampak dari kegiatan bisnis perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang tercermin dalam kondisi keuangannya saja. Tetapi tanggung jawab perusahaan juga harus berpijak pada *triple bottom line* yaitu aspek sosial, lingkungan dan keuangan (Daniri 2008 dalam Rahajeng 2010).

*Leverage* dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan (Sembiring 2005). Menurut Utami (2011) semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran kontrak hutang, maka manajer akan berusaha melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya.

Menurut Kamil dan Herusetya (2012) profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan, aset dan ekuitas. Tingkat profitabilitas dapat

menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung lebih banyak informasi yang diungkapkan karena ingin menunjukkan kepada *public* dan *stakeholders* bahwa perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain pada industri yang sama. Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang skalanya besar biasanya cenderung lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan yang skalanya kecil (Sari 2012).

Berbagai penelitian yang terkait dengan pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial telah banyak dilakukan dan mempunyai hasil yang berbeda-beda. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Novrianto (2012) menunjukkan bahwa *leverage* tidak secara signifikan memiliki pengaruh yang negatif terhadap pengungkapan informasi sosial. Arah negatif menunjukkan semakin rendah *leverage* perusahaan maka pengungkapan informasi sosial yang dilakukan semakin luas dan sebaliknya. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2012) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian Politon dan Rustiyaningsih (2013) menunjukkan hasil bahwa *size* perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami (2011).

Menurut Sari (2012) profitabilitas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Semakin besar profitabilitas perusahaan maka semakin luas *corporate social responsibility*. Perusahaan dengan laba yang tinggi akan menjadi sorotan, untuk mengurangi tekanan tersebut perusahaan akan mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial. Hal tersebut bertentangan dengan hasil penelitian dari Mutia (2011), Kamil dan Herusetya (2012) yang menunjukkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia. Permasalahan dalam penelitian ini, apakah *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Apakah profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

## **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Landasan teori**

#### 1. Teori *Stakeholder*

*Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Teori *Stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap para pemilik (*shareholder*) dengan sebatas pada indikator ekonomi (*economic focused*) namun bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*) dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial (*social dimentions*), sehingga muncul istilah tanggung jawab sosial (*social responsibility*) (Sari 2012).

#### 2. Teori Agensi

Jensen and Meckling (1976) dalam Premana (2011) menjelaskan teori agensi adalah teori yang menjelaskan tentang hubungan antara *principal* dan agen. Teori agensi menyatakan bahwa hubungan keagenan timbul ketika salah satu pihak (*principal*) memberi kuasa kepada pihak lain (agen) untuk melakukan beberapa jasa untuk kepentingannya yang melibatkan pendelegasian beberapa otoritas pembuatan keputusan kepada agen. Dalam kontrak ini agen berkewajiban untuk melakukan hal-hal yang memberikan manfaat dan meningkatkan kesejahteraan *principal*.

Berdasarkan teori agensi tersebut, manajer berusaha memenuhi kepentingan *stakeholder* dengan cara mengungkapkan pertanggung jawaban sosial perusahaannya. Para *stakeholder* akan merasa puas apabila perusahaan yang mereka investasikan didalamnya mengungkapkan pertanggung jawaban sosial yang akan meningkatkan kepercayaan masyarakat.

### **Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang biasa disebut dengan *corporate social responsibility* (CSR) adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan (Rahajeng 2010).

### **Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Menurut Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005) pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sering disebut juga sebagai *corporate social responsibility* atau *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social reporting*.

Menurut Gray *et. al.*, (1987) dalam Triyanto (2010) pengungkapan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan, hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan) di luar peran tradisionalnya menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham.

### **Leverage**

*Leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu hutang (Novrianto 2012). Menurut

Utami (2011) semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak hutang, maka manajer akan berusaha melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Agar laba yang dilaporkan tinggi, maka manajer harus mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial. Sesuai dengan teori agensi, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan para *debtholders*.

### **Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono 2009). Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham. Tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung lebih banyak informasi yang diungkapkan karena ingin menunjukkan kepada *public* dan *stakeholders* bahwa perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain pada industri yang sama.

### **Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk menentukan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak daripada perusahaan kecil. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan tersebut untuk melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan kata lain semakin besar aset suatu perusahaan maka akan semakin besar tanggung jawab sosialnya, dan hal ini akan dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga pengungkapannya juga semakin luas (Ardian 2013).

## **PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **1. Hubungan *Leverage* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial**

Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Sembiring (2005) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan menambah biaya pengeluaran yang akan menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hasil penelitiannya menunjukkan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis pertama yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>1</sub>** : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

### **2. Hubungan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial**

Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai para pemegang saham perusahaan (Mutia 2011). Tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen, oleh sebab itu semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan (Sari 2012). Dikaitkan dengan teori agensi, perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial lebih luas. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis kedua yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>2</sub>** : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

### 3. Hubungan Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Secara umum, perusahaan besar memiliki kelengkapan informasi yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan tersebut untuk melakukan aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan (Ardian 2013). Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis ketiga yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>3</sub>** : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

### METODA PENELITIAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2013. Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2013. Adapun metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu berdasarkan tujuan penelitian. Pengambilan sampel didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2013.
2. Perusahaan yang menyajikan laporan tahunan lengkap secara berturut-turut selama periode 2010-2013.
3. Perusahaan yang tidak mengalami rugi selama periode 2010-2013.
4. Menyajikan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### Variabel dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Checklist* dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam empat kategori yaitu: lingkungan hidup, praktik ketenagakerjaan, kesehatan dan

keselamatan kerja, pengembangan sosial dan kemasyarakatan, dan tanggung jawab produk.

Item pengungkapan dalam penelitian ini dinyatakan dalam bentuk indeks pengungkapan sosial yaitu apabila item pengungkapan ada dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 1, dan jika item pengungkapan tersebut tidak ada dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 0.

Rumus yang digunakan untuk mengukur indeks pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) adalah sebagai berikut: (Widyatmoko 2011).

$$CSR = \frac{V}{M}$$

Keterangan :

CSR = indeks pengungkapan tanggung jawab sosial

V = jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan oleh perusahaan

M = jumlah item yang diharapkan diungkapkan oleh

### **Variabel independen**

*Leverage* yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur total kewajiban terhadap modal sendiri (*shareholders equity*). Rumus yang digunakan untuk mengukur *leverage* adalah (Fatah 1991):

$$DER = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Ekuitas Pemegang Saham}}$$

Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Return On Asset* (ROA). *Return On Asset* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih dengan aktiva yang ada. Adapun pengukuran profitabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus (Fatah 1991):

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Asset}}$$

Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan *log* natural total *asset*.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Log natural (Total Asset)}$$

Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi linear berganda. Syarat untuk melakukan analisis regresi berganda adalah data terlebih dahulu harus bebas dari uji asumsi klasik (Ghozali 2011). Teknik analisis regresi berganda yang terdiri dari statistik deskriptif, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji hipotesis yang meliputi persamaan regresi, koefisien determinasi, uji statistik F, dan uji statistik t.

Pengujian akan dilakukan dengan model regresi berganda dengan persamaan sebagai berikut :

$$CSR D = \alpha + \beta_1 LEV + \beta_2 PROF + \beta_3 SIZE + e$$

Keterangan :

CSR D = Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_i$  =  $i = 1,2,3$  = Koefisien regresi

LEV = *Leverage*

PROF = Profitabilitas

SIZE = Ukuran Perusahaan

e = Error

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah analisis tentang hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Atas dasar hasil analisis regresi dengan menggunakan tingkat signifikansi 5 persen diperoleh persamaan sebagai berikut:

**Tabel 1. Analisis Regresi Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0,579	0,093		-6,191	0,000
LEV	0,003	0,005	0,057	0,613	0,544
ROA	-0,077	0,051	-0,139	-1,508	0,140
SIZE	0,030	0,003	0,820	8,846	0,000

Sumber: hasil output SPSS

$$\text{CSR} = -0,579 + 0,003 \text{ LEV} - 0,077 \text{ ROA} + 0,030 \text{ SIZE} + e$$

Model persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

$\alpha$  = -0,579 artinya jika variabel *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan adalah 0, maka indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar -0,579.

$\beta_1$  = 0,003 artinya jika *leverage* (DER) naik 1 persen sementara profitabilitas dan ukuran perusahaan tetap maka indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,3 persen.

$\beta_2$  = -0,077 artinya jika profitabilitas (ROA) naik 1 persen sementara *leverage* dan ukuran perusahaan tetap maka indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 7,7 persen.

$\beta_3$  = 0,030 artinya jika ukuran perusahaan naik sebesar 1 triliun sementara *leverage* dan profitabilitas tetap maka indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 3 persen.

### Koefisien Determinasi

**Tabel 2. Hasil Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,827 <sup>a</sup>	0,684	0,659	0,037217

a. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, LEV

Sumber: hasil output SPSS

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang menunjukkan nilai *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,659. Hal ini berarti bahwa 65,9 persen pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat

dijelaskan oleh *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan, sedangkan 34,1 persen pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

## Uji Statistik F

**Tabel 3. Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0,117	3	0,039	28,077	0,000 <sup>a</sup>
	Residual	0,054	39	0,001		
	Total	0,171	42			

a. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, LEV

b. Dependent Variable: CSRD

Sumber: hasil output SPSS

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas diketahui bahwa nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa model regresi dapat memprediksi hubungan antara *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## Uji Statistik t

**Tabel 4. Hasil Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,579	0,093		-6,191	0,000
	LEV	0,003	0,005	0,057	0,613	0,544
	ROA	-0,077	0,051	-0,139	-1,508	0,140
	SIZE	0,030	0,003	0,820	8,846	0,000

a. Dependent Variable: CSRD

Sumber: hasil output SPSS

Berdasarkan tabel diatas diperoleh  $t_{hitung}$  untuk *leverage* adalah 0,613,  $t_{hitung}$  untuk profitabilitas adalah -1,508 dan  $t_{hitung}$  untuk ukuran perusahaan adalah 8,846 sedangkan pada  $t_{tabel}$  dengan df 39 (43-3-1) dan taraf signifikansi 5 persen diperoleh 1,685.

### **Hasil Pengujian Hipotesis Pertama**

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk *leverage* adalah sebesar 0,613 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,685. Dari data tersebut menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > -t_{tabel}$  yaitu  $0,613 > -1,685$  dengan nilai signifikan sebesar 0,544 lebih besar dari 0,05. Karena  $t_{hitung} > -t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti bahwa *leverage* tidak mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, **ditolak**. tinggi rendahnya tingkat *leverage* yang dimiliki perusahaan tidak mempengaruhi besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

### **Hasil Pengujian Hipotesis Kedua**

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk profitabilitas adalah -1,508 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,685. Dari data tersebut menunjukkan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $-1,508 < 1,685$  dengan nilai signifikansi sebesar 0,140 lebih besar dari 0,05. Karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti bahwa profitabilitas tidak mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, **ditolak**. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi belum tentu lebih banyak mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya.

### **Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga**

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk ukuran perusahaan adalah 8,846 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  1,685 dari data tersebut menunjukkan bahwa

$t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $8,846 > 1,685$  dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, **diterima**. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. *Leverage* tidak mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Profitabilitas tidak mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### **SARAN**

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas sampel tidak hanya menggunakan perusahaan sektor barang konsumsi tetapi dapat mencakup seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel independen yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan seperti umur perusahaan, ukuran dewan komisaris, tipe industri dan lain-lain. Mengingat 58,9 persen dari nilai variabel dependen dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardian, Hary. 2013. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan (Studi Empiris Pada Seluruh Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Fatah, Nur. 1991. *Manajemen Keuangan: Seri 1*. Jakarta: CV. Asona.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kamil, Ahmad dan Antonius. 2012. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility*. Media Riset Akuntansi Vol. 2, No. 1, Februari 2012.
- Mutia *et al.*, 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 Dan 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.
- Nugroho, Agus Sumarnadi. 2011. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tingkat Keluasan Pengungkapan Laporan Keuangan Pada Sektor Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Media Mahardika Vol. 9, No. 3, Mei 2011.
- Politon, Sontry Oktaviana dan Rustiyaningsih. 2013. *Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Go Publik*. Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi Vol. 1, No. 1, Februari 2013.
- Premana, Angga Budi. 2011. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rahajeng, Rahmi Galuh. 2010. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan*

*Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.

Sari, Rizkia Anggita. 2012. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Nominal No. 1, Vol.1, 2012.

Sartono, Agus. 2009. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi: Edisi Empat*. Yogyakarta: BPFE UGM.

Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. *Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi. 8. Solo.

Triyanto, Eko. 2010. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggungjawab Sosial (Studi Empiris Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Selama Tahun 2005-2008)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret. Surakarta.

Utami et al., 2011. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Social Disclosure*. Jurnal Ekonomi Bisnis Th. 16, No. 1, Maret 2011.

Widyatmoko, Rendro. 2011. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Laporan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.

Wijaya, Maria. 2012. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Vol. 1, No. 1, Januari 2012.