

PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL PADA PERUSAHAAN ASURANSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Amrina Rosyada

Universitas Muhammadiyah Palembang
amrinarosyada206@yahoo.com

Fenty Astrina

Universitas Muhammadiyah Palembang
fenty_asterina@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the effect of profitability and firm size on the disclosure of social responsibility on insurance companies as independent variables using profitability and firm size variables on social responsibility disclosure (CSR) as the dependent variable in company annual report, Respectively) and simultaneously (together). The sample that is the object of this research is all insurance companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2013 to 2016, the total sample for research four years of observation is 40 samples by using purposive sampling. The data used are secondary data from annual reports and performance reports of insurance companies that have been published. The data analysis technique used is multiple linear regression with the help of SPSS version 22. The results of this study are as follows, 1. Profitabilitas Insurance company has a negative and insignificant effect on corporate CSR, 2. The size of the Insurance Company has a negative and significant effect on CSR. The results of this study provide information for companies about the level of disclosure of social responsibility owned by insurance companies, and also useful for providing information for decision making.

Keywords: ROA, Firm size, disclosure of social responsibility (CSR).

PENDAHULUAN

Perusahaan yang terdaftar di pasar modal diwajibkan untuk mempublikasikan informasi yang berhubungan dengan perusahaan kepada publik. Fenomena pada saat ini, informasi yang dihasilkan tidak hanya dari laporan keuangan saja tetapi juga tambahan informasi lainnya sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan seperti laporan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR).

Sejak revolusi industri abad 18, peran kapital yang terlalu mendominasi telah menyebabkan terjadi eksploitasi sumber-sumber alam serta masyarakat (sosial) tanpa batas untuk kemajuan perusahaan. Sebagai dampaknya kerusakan lingkungan merupakan dampak negatif yang harus diderita oleh masyarakat. Akuntansi yang memegang peranan penting sebagai alat pertanggung jawaban dan alat pengendali terhadap aktivitas setiap unit usaha dituding sebagai salah satu penyebab kerusakan ini. Hal ini disebabkan oleh akuntansi selama ini hanya berpihak pada *stakeholders*.

Begitu juga pada perusahaan asuransi, Astanti (2007) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa "Sebagai bagian dari Arsitektur Keuangan Indonesia, perkembangan sektor asuransi menunjukkan perkembangan pesat. Berbagai perusahaan yang bergerak di bidang asuransi mulai asuransi kerugian sampai jiwa semakin banyak. Pilihan produk yang ditawarkan pun semakin berkembang selain disebabkan oleh kesadaran masyarakat dan korporasi terhadap pentingnya asuransi, juga karena fleksibilitas regulasi disektor ini. Harvey dan Azim juga mengemukakan bahwa, perusahaan asuransi memang pada dasarnya memiliki konsep memberi, yaitu dengan memberikan jasa pelayanan publik baik sebagai konsultan keuangan maupun pemberi jasa asuransi. Namun walaupun bergerak di bidang jasa, perusahaan asuransi juga tetap melakukan pengungkapan pelaporan sosialnya.

Kegiatan CSR pada awalnya merupakan aktivitas berdasarkan kerelaan dan bukan berdasarkan paksaan. Kegiatan yang awalnya bersifat filantropis itu kemudian diatur dengan keluarnya peraturan yang mewajibkan keegiatan CSR Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Peresoran Terbatas mewajibkan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tersebut akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pelaporan CSR dilakukan oleh berbagai perusahaan yang melakukan kegiatan CSR sebagai bukti juga informasi bila perusahaan tersebut benar-benar melakukan sesuatu dalam rangka peduli dan ikut berperan serta dalam kegiatan yang bertujuan meningkatkan dampak positif pada komunitas sosial.

Tidak terkecuali salah satunya yaitu perusahaan yang bergerak di bidang keuangan seperti perbankan dan perusahaan asuransi.

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 (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja, tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*, yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Rachman. 2011: 10-12).

Saat meningkatnya jumlah perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi pertanggung jawaban sosial (CSR) dalam laporan tahunannya. Banyak perusahaan antusias menjalankan karena beberapa hal, antara lain; dapat meningkatkan citra perusahaan, dapat membawa keberuntungan perusahaan, dan dapat menjamin keberlangsungan. Warta Ekonomi pada tahun 2006 melaporkan bahwa perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program CSR sebagai bagian dari strategi bisnisnya. *Survey* global yang dilakukan oleh *The Economist Intelligence Unit* menunjukkan bahwa 85% *eksekutif senior* dan investor dari berbagai organisasi menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan.

Teori *stakeholder* berpendapat bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun memberikan manfaat bagi *stakeholders*. Didalam perusahaan ada pihak yang diutamakan yaitu *stakeholders*. Terdapat sejumlah *stakeholders* yang ada di masyarakat, dengan adanya pengungkapan CSR

merupakan cara untuk mengelolah hubungan organisasi dengan kelompok *stakeholders* yang berbeda. Tujuan utama dari perusahaan adalah menyeimbangkan konflik antara *stakeholders*.

Dalam pengambilan keputusan investasi, investor seringkali melihat besar kecilnya perusahaan dan melakukan penilaian terhadap kinerja keuangan perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005: 71). Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi.

Profitabilitas perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut, dengan kata lain profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan informasi sosialnya (Hidayat, 2007). Dengan demikian pengukuran profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan tingkat efektifitas manajemen secara menyeluruh dan secara tidak langsung. Para investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis ini. Selain itu keuntungan (profitabilitas) sangat penting bagi perusahaan bukan saja untuk terus

mempertahankan pertumbuhannya namun juga memperkuat kondisi keuangan perusahaan. Ukuran perusahaan adalah suatu skala diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan meliputi aktiva tetap, aktiva tidak berwujud dan aktiva lain-lain.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Untuk itu, tanggung jawab perusahaan yang semula hanya diukur sebatas indikator ekonomi (*economics focused*) dalam laporan keuangan, kini harus bergeser dengan menghitung faktor-faktor sosial (*social dimention*) terhadap *stakeholders*, baik secara internal maupun eksternal. Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholder*-nya dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misalnya tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chariri dan Ghazali, 2007).

Teori keagenan

Teori agensi merupakan pengorbanan yang timbul dari hubungan keagenan apa pun, termasuk hubungan di dalam kontrak kerja antara pemegang saham dan manajer perusahaan. *Agency theory* menyebutkan bahwa perusahaan adalah tempat atau *intersection point* bagi hubungan kontrak yang terjadi antara manajemen, pemilik, kreditor, dan pemerintah (Harahap, 2015: 532).

Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang menilai kemampuan perusahaan dalam

mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Menurut Kasmir (2016:196)

Adapun rumus Profitabilitas adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Earning before interest and tax}}{\text{Total asset}}$$

Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan bisa diukur dengan menggunakan total aktiva, pendapatan atau modal dari perusahaan tersebut. Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut.

Sembiring (2005 :76) secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan. Perusahaan yang lebih besar mempunyai aktivitas yang lebih banyak dan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat serta mungkin akan memiliki pemegang saham yang lebih banyak yang akan selalu memperhatikan program sosial yang dibuat oleh perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas. Jogiyanto (2007:282) menyatakan bahwa ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva.

Adapun rumus size adalah sebagai berikut:

$$Size = \text{Long Of Total Asset}$$

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut *Business for Social Responsibility* mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) adalah pencapaian kesuksesan komersil dalam artian penghargaan terhadap nilai

kesuksesan dan penghormatan terhadap manusia, masyarakat dan lingkungan (Dinar Jmaludin 2014).

CSR merupakan bentuk timbal balik terhadap masyarakat sekitar terhadap aktifitas operasi perusahaan agar mendapatkan respon baik dari masyarakat. Dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas Pasal 74 ayat (1) menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Inilah yang dimaksud dengan *Corporate Social Responsibility*. Ayat (2) berbunyi tanggung jawab sosial dan lingkungan itu merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Ayat (3) Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan, bahwa perseroan yang tidak melakukan kewajiban sebagaimana Pasal 1 dikenakan sanksi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

Penelitian Terdahulu

Heni (2013) melakukan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas dan *size* perusahaan terhadap *corporate social responsibility*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan profitabilitas dan *size* perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Hasilnya profitabilitas dan *size* perusahaan baik secara persial maupun simultan tidak berpengaruh signifikan secara persial terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI.

Gusti (2015) penelitian mengenai Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

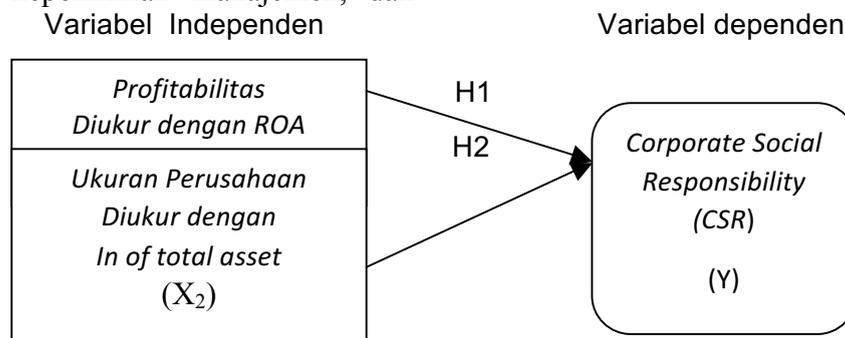
Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham publik pada pengungkapan CSR. Teknik purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda. Hasilnya adalah variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif, sedangkan kepemilikan saham publik, berpengaruh negatif pada pengungkapan CSR perusahaan.

Penelitian selanjutnya oleh Sukmawati (2013) dengan judul Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah karakteristik perusahaan, yang terdiri dari size, profitabilitas, leverage, kepemilikan manajemen, dan

ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *size* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*; (2) profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*; (3) *leverage* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*; (4) kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*; dan (5) ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan konsep dasar-dasar teori yang dijelaskan diatas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini tampak seperti gambar berikut ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Pengaruh Profitabilitas (ROA) Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Profitabilitas adalah rasio yang menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberiakan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi, intinya adalah penggunaan rasio ini

menunjukkan efesiensi perusahaan. (Kasmir, 2016 : 196).

Profitabilitas perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang digunakan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan informasi sosialnya. (Hidayat 2007). Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan

menghasilkan laba yang dapat diukur dengan perbandingan antara total penjualan dikurang harga pokok penjualan dengan total penjualan (gross profit margin ratio), perbandingan antara laba operasi sebelum pajak dengan total penjualan (operating profit margin ratio), perbandingan antara total harga pokok penjualan, biaya administrasi dan penyusutan dengan total penjualan (*operating cost ratio*), perbandingan antara laba bersih sesudah pajak dengan total penjualan (*net profit margin*), dan perbandingan antara laba bersih sesudah pajak dengan total aktiva (*return on asset*) (Sjahrial, 2007)

H1: Profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan meliputi aktiva tetap, aktiva tidak berwujud dan aktiva lain-lain. *Size* perusahaan yang diukur dengan total asset akan ditransformasikan dalam *logaritma of natural* untuk menyamakan dengan variabel lain karena total aset perusahaan nilainya relatif besar dibandingkan variabel-variabel lain (*ln of total asset*) (Putra, 2011). Pada penelitian ini *size* perusahaan dinyatakan dengan *ln of total asset*. Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui bahwa semakin besar total asset yang dimiliki maka akan semakin besar pula tanggung jawab sosial yang harus diungkapkan.

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mempunyai laporan keuangan yang tersedia bagi publik selama periode 2013-2016. Dimana laporan tahunan atau dokumen lain perusahaan sampel tersedia secara lengkap, baik secara fisik maupun melalui *website*. Didalam laporan keuangan tersebut harus berisi laporan pengungkapan aktivitas CSR perusahaan terkait. Peneliti menggunakan *purposive sampling* dalam pengambilan sampel. Sampel dalam penelitian ini menggunakan kriteria-kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan termasuk dalam kelompok Perusahaan Asuransi yang tercatat di BEI
2. Perusahaan Jasa Sektor Keuangan, Sub Sektor Asuransi
3. Perusahaan memiliki dan mengungkapkan semua data yang dibutuhkan di dalam laporan keuangan tahunan perusahaan periode 2013-2016
4. Melaporkan laporan tahunan secara berturut-turut dari tahun 2013-2016 melalui website www.idx.co.id
5. Mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan perusahaan jasa, sektor keuangan, sub sektor Asuransi.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Hubungan yaitu dilakukan dengan tujuan untuk meneliti hubungan antara dua variabel yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) melalui pengujian hipotesis. Variabel independen pada penelitian ini adalah profitabilitas dan *size* perusahaan, sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa laporan keuangan publikasi yang tersedia bagi publik selama periode 2013-2016. Laporan keuangan tersebut harus berisi laporan pengungkapan aktivitas CSR perusahaan. Sumber data laporan tahunan atau dokumen lain perusahaan sampel tersedia secara lengkap, baik secara fisik maupun melalui *website*.

Pemilihan jumlah sampel ini didasarkan pada pertimbangan sebagai berikut:

1. Perusahaan termasuk dalam kelompok Perusahaan Asuransi yang tercatat di BEI.
2. Perusahaan Jasa Sektor Keuangan, Sub Sektor Asuransi.
3. Perusahaan memiliki dan mengungkapkan semua data yang

dibutuhkan di dalam laporan keuangan tahunan perusahaan periode 2013-2016.

4. Melaporkan laporan tahunan secara berturut-turut dari tahun 2013-2016 melalui website (www.idx.co.id.)
5. Mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan perusahaan jasa, sektor keuangan, sub sektor Asuransi.

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

Keterangan :

- Y = Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
 α = Konstanta
 X_1 = Profitabilitas
 X_2 = ukuran perusahaan
 $\beta_1 \beta_2$ = Koefisien regresi
e = Gangguan (error)

Tabel 1. Daftar Perusahaan Asuransi sebagai Sampel Penelitian

No	Kode perusahaan	Nama Perusahaan
1.	ABDA	Asuransi Bina Dana Arta Tbk.
2.	AHAP	Asuransi Harta Aman Pratama Tbk.
3.	AMAG	Asuransi Muti Artha Guna Tbk.
4.	ASBI	Asuransi Bintang Tbk.
5.	ASDM	Asuransi Dayin Mitra Tbk.
6.	ASJT	Asuransi Jaya Tania Tbk.
7.	ASMI	Asuransi Mitra Maparya Tbk.
8.	LPGI	Lippo General Insurance Tbk.
9.	MREI	Maskapai Reasuransi Indonesia Tbk.
10.	PNIN	Paninvest Tbk

Sumber : hasil dari *purposive sampling*

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Hasil Pengolahan Data Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas dapat disimpulkan bahwa grafik normal P-Pplot terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah diagonal, dengan demikian menunjukkan bahwa data-data pada variabel penelitian

berdistribusi normal dan layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

Uji Autokorelasi (Durbin Watson)

Batas tidak terjadinya Durbin Watson berada antara -2 sampai dengan +2. Dari hasil pengujian autokorelasi menunjukkan nilai Durbin Watson sebesar 1,405 yang berarti nilai tersebut berada diantara -2 sampai +2. Dapat disimpulkan

bahwa tidak terdapat autokorelasi dalam model penelitian. .

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas 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 regresi, sehingga model ini dapat dipakai untuk memprediksi CSR berdasarkan masukan variabel

Pengujian Hipotesis

Tabel 2. Hasil Output SPSS Uji regresi Berganda

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	,455	,065		7,017	,000		
Profitabilitas	-,007	,004	-,258	-1,756	,087	,996	1,004
Ukuran Perusahaan	-,007	,003	-,385	-2,619	,013	,996	1,004

a. Dependent Variable: CSR

Sumber : Hasil Pengolahan data, 2017

Dari hasil linear berganda yang peneliti lakukan pada variabel Profitabilitas (X_1), Ukuran Perusahaan (X_2) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (Y) dapat digambarkan persamaan linier sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 0,455 + (-0,007) + (-0,007)$$

Model tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Konstanta memiliki nilai sebesar 0,455 ini menunjukkan kualitas profitabilitas (X_1) dan Ukuran perusahaan (X_2) nilainya adalah nol, maka Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki nilai sebesar 0,455.

Koefisien regresi variabel X_1 (profitabilitas) diperoleh sebesar -0,007 dengan arah koefisien negatif. Hal ini menunjukkan apabila terjadi perubahan

independen profitabilitas dan ukuran perusahaan.

Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dapat dilihat bahwa nilai tolerance untuk variabel Profitabilitas dan ukuran Perusahaan lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF untuk variabel Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan lebih kecil dari 10,00, maka dapat disimpulkan tidak terjadi persoalan multikolinieritas.

variabel profitabilitas sebesar 1 (satu) akan menurunkan variabel CSR sebesar 0,007. Hasil ini bertentangan dengan teori Sembiring (2006) yang mengatakan apabila profitabilitas suatu perusahaan naik maka perusahaan juga akan menaikkan informasi- informasi salah satunya CSR.

Koefisien regresi variabel X_2 (ukuran perusahaan) diperoleh sebesar -0,007 dengan arah koefisien negatif. Hal ini menunjukkan apabila terjadi perubahan variabel ukuran perusahaan sebesar 1 (satu) akan menurunkan variabel CSR sebesar 0,007. Hasil ini bertentangan dengan teori yang ada mengatakan semakin besar ukuran perusahaan maka pengungkapan informasi CSR juga semakin tinggi karena perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disorot oleh masyarakat luas.

**Tabel 3. Uji t
Hasil Uji t**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,455	,065		7,017	,000
	Profitabilitas	-,007	,004	-,258	-1,756	,087
	Ukuran Perusahaan	-,007	,003	-,385	-2,619	,013

a. Dependent Variable: CSR

Sumber : Hasil Pegolahan Data, 2017

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara regresi diketahui nilai t_{hitung} untuk variabel profitabilitas -1,756, Ukuran perusahaan sebesar -2,619. Berdasarkan kriteria pengujian ini nilai t_{sig} untuk variabel profitabilitas sebesar 0,087, ukuran perusahaan sebesar 0,013.

Pengujian variabel Profitabilitas (X1)

Variabel profitabilitas pada tabel IV.6 memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar -1,756 < 1,607 dan nilai t_{sig} sebesar 0,087. Nilai t_{sig} (0,087) > (0,05), ini berarti variabel profitabilitas tidak signifikan pada level 5% dan H_1 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas secara statistik berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sub sektor asuransi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2013-2016.

Pengujian Variabel Ukuran Perusahaan

Variabel ukuran perusahaan pada tabel IV.6 memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar -

2,619 < 1,067 dan nilai t_{sig} sebesar 0,013. Nilai t_{sig} (0,013) < (0,05), ini berarti variabel ukuran perusahaan signifikan pada level 5% dan H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan secara statistik negatif dan signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sub sektor asuransi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2013-2016.

Pengujian hipotesis secara bersama/simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah penyajian hipotesis secara bersama (uji F). Untuk menjawab permasalahan beberapa besar pengaruh Profitabilitas (X_1), dan Ukuran Perusahaan (X_2) terhadap CSR (Y) maka hasilnya diuji dengan menggunakan Analisis of Varians (ANOVA). Hasil perhitungan untuk pengujian ini menggunakan SPSS versi 22 dapat dilihat pada tabel 3.

**Tabel 3 Uji F
Hasil Uji F**

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,033	2	,016	4,701	,015 ^p
	Residual	,129	37	,003		
	Total	,162	39			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas

Sumber : Hasil Pegolahan Data, 2017

Berdasarkan tabel 3 hasil uji hipotesis secara simulatan diketahui nilai F_{hitung} untuk variabel independen yaitu Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebesar 4,701. Berdasarkan kriteria pengujian nilai t_{sig} untuk variabel independen Profitabilitas dan ukuran Perusahaan sebesar 0,015. Jadi hasil uji F , diperoleh nilai signifikan F_{sig} sebesar 0,015 hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan statistik $F_{sig} < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan sektor jasa sub sektor perusahaan Asuransi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji hipotesis pengaruh profitabilitas (X1) terhadap CSR

H_1 : Pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel profitabilitas (ROA) terhadap pengungkapan CSR, dapat diketahui bahwa profitabilitas yang diukur dengan *Return On Asset* (ROA) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama (H_1) berhasil ditolak. Hasil ini didukung oleh penelitian Dewi (2008), Sembiring (2005), Fr. Reni (2006) dan Lidya (2011). Semua penelitian ini, secara umum menyatakan pengaruh profitabilitas tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Profitabilitas yang dimaksud merupakan pendapatan sebelum pajak dibagi total asset hasilnya menggambarkan profit perusahaan dimana dalam penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan PT. Asuransi Mitra Maparya Tbk memiliki profit minimum. ROA menggambarkan tingkat profitabilitas perusahaan, dengan demikian tingkat profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh terhadap

besar pengungkapan CSR. Artinya bahwa perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi belum tentu berorientasi pada laba semata. Hal ini didukung dengan argumentasi bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca "good news" kinerja perusahaan. "Good news" ini dapat berupa aktivitas-aktivitas sosial lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan. Hasil penelitian ini tidak mendukung teori yang menyatakan bahwa dengan adanya laba yang tinggi maka manajemen akan melakukan pengungkapan sosial yang luas.

H_2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR, dapat diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa hipotesis kedua (H_1) berhasil diterima. Hasil ini didukung oleh penelitian Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Sembiring (2005), Anggraini (2006) dan Ayu (2015). PT. Paninvest Tbk memiliki ukuran perusahaan minimum sehingga pengungkapan tanggung jawab sosialnya semakin besar.

Adanya hubungan tidak signifikan antara variabel ukuran perusahaan dan pengungkapan sosial mengandung arti bahwa semakin besar suatu perusahaan, maka akan cenderung melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas. Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disorot, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya

politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Sembiring (2005), secara teoritis perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan akan semakin luas. Hal ini dikarenakan juga kreditor tidak menjadikan ukuran perusahaan yang dilihat berdasarkan total aset sebagai pertimbangan satu-satunya dalam melakukan analisis kredit. Masih terdapat faktor-faktor lain, terlebih lagi dengan kondisi perusahaan di Indonesia pada umumnya bahwa besarnya aset belum dapat mencerminkan kinerja perusahaan yang profesional, dengan demikian besarnya aset yang dimiliki suatu perusahaan tidak menjamin terhadap baik atau tidaknya performa perusahaan sehingga perusahaan yang memiliki aset lebih besar, belum tentu memiliki kecenderungan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan 78 item pengungkapan CSR terhadap profitabilitas dan ukuran perusahaan yang mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan pada perusahaan asuransi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode pengamatan 2013-2016, diperoleh kesimpulan sebagai berikut: variabel Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Saran

Dari kesimpulan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah, Bagi perusahaan asuransi

bahwa variabel profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Bagi penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel tidak hanya menggunakan sampel perusahaan sub sektor asuransi tetapi dapat mencakup seluruh perusahaan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dapat menambah tahun penelitian yang dapat mencerminkan penelitian jangka panjang agar hasil pengukuran pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan menjadi lebih akurat dan dapat digeneralisasikan, dan tidak hanya menggunakan laporan tahunan (*annual report*) saja dalam memperoleh data terkait CSR yang dilakukan perusahaan, tetapi juga memperluas cakupan dengan melihat dari laporan yang ada di *website* perusahaan, media cetak dan elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Reni Retno.(2006). *Pengaruh Informasi dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)*, Simposium Nasional Akuntansi IX.
- Dewi, Sukmawati Safitri. (2013). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi. Vol.2. No.3.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8, Semarang: Universitas Diponegoro.

Harahap, Sofyan Syafri. (2011). *Teori Akuntansi*, Jakarta; PT Rajagrafindo Persada.

Kasmir. (2008). Analisis Laporan Keuangan. Pt. Raja Grafindo Persada. Jakarta Rajawali pers 2014

Sembiring, Eddy Rismanda (2006). *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta)*. Jurnal MAKSI. Vo.6, no. 1.

Undang-Undang No. 40 Tentang Perseroan Terbatas.

Untung, Hendrik Budi. (2009). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.