

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG LISTING DI BEI

Rita Anugerah, Roland Hutabarat, dan W. Faradilla

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Riau
Kampus Bina Widya Km 12,5 Simpang Baru – Pekanbaru 28293

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility – CSR) pada perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia. Tanggung jawab sosial perusahaan meliputi tema lingkungan, tema energi, tema kesehatan dan keselamatan kerja, tema lain-lain tenaga kerja, tema produk, tema keterlibatan masyarakat, dan tema umum.

Populasi penelitian ini adalah 151 perusahaan yang terdaftar sebagai perusahaan manufaktur sesuai pengklasifikasian ICMD 2008. Sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan metode purposive sampling sehingga diperoleh sampel sebanyak 11 perusahaan selama 3 tahun penelitian. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 15.00.

Hasil analisis regresi yang dilakukan menunjukkan bahwa, pada pengujian secara parsial variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan variabel leverage secara statistik berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kata Kunci : Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Sesuai dengan teori agensi, perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan (Hidayat, 2007). Pengungkapan informasi yang lebih luas ini mencakup pengungkapan sosial perusahaan. Selain itu, perusahaan yang besar umumnya juga lebih dikenal masyarakat, sehingga informasi sosial yang diungkapkan perusahaan besar akan lebih banyak dan lebih mudah diperoleh investor daripada perusahaan kecil (Sembiring, 2005).

Diantara penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang positif signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu [Hackston dan Milne (1996), Sembiring (2003,2005), Hidayat (2007), Nesia (2008), Martini (2008) dan Andriani (2008)]. Sedangkan Anggraini (2006) menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara kedua variabel tersebut. Hossain, *et al* (2006) di dalam Andriani (2008), melakukan penelitian terhadap perusahaan yang listing di Dhaka Stock Exchange periode 2002-2003. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dari beberapa penelitian di atas, terlihat bahwa adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian yang menghubungkan ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut yang menghubungkan kedua variabel tersebut.

Menurut Irawati (2006:42), *leverage* merupakan suatu kebijakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam hal menginvestasikan dana atau memperoleh sumber dana yang disertai dengan adanya beban/biaya tetap yang harus ditanggung perusahaan. Kontrak utang biasanya berisi tentang ketentuan bahwa perusahaan harus menjaga tingkat *leverage* tertentu (rasio utang/ekuitas). Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat *leverage*, maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berupaya untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan (Belkaoui dan Karpik, 1989). Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian kredit. Supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya, termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial.

Beberapa penelitian menghubungkan *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2007) menyatakan bahwa menemukan hubungan yang negatif tidak signifikan antara kedua variabel tersebut. Zulmi (2008) menyatakan bahwa tingkat *leverage* perusahaan yang tinggi akan mendorong perusahaan melakukan pengungkapan sosialnya (kedua variabel berhubungan positif). Sedangkan Sembiring (2003, 2005) dan Anggraini (2006) menyatakan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosialnya.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa faktor *leverage* belum konsisten sebagai faktor yang dapat mempengaruhi besar kecilnya tingkat pengungkapan sosial perusahaan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut sebagai usaha mendapatkan hasil yang lebih konsisten.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Donovan dan Gibson (2000) di dalam Sembiring (2005) menyatakan berdasarkan teori legitimasi 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, misalnya

dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut.

Penelitian yang menghubungkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan profitabilitas telah banyak dilakukan. Diantaranya Hidayat (2007) yang menemukan pengaruh profitabilitas yang negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Zulmi (2008) menemukan hubungan yang negatif signifikan antara kedua variabel tersebut. Hackston dan Milne (1996), Sembiring (2003, 2005) dan Anggraini (2006) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan Andriani (2008) menemukan hubungan yang positif signifikan antara kedua variabel tersebut.

Dilihat dari beberapa penelitian di atas, maka terdapat keberagaman hasil yang menghubungkan profitabilitas dengan tingkat tanggung jawab sosial perusahaan. Karena itu, masih diperlukan penelitian lebih lanjut yang menghubungkan kedua variabel tersebut.

Beberapa penelitian di atas yang menghubungkan faktor-faktor ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan masih menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Karena itu, penelitian lebih lanjut masih perlu dilakukan. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian lanjut dengan judul "*Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing di BEI*".

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan Hidayat (2007) serta dimodifikasi berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nazar (2008). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut terletak pada sampel penelitian dan variabel penelitian

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial masih menunjukkan perbedaan, sehingga perlu dilakukan penelitian kembali untuk membuktikan apa yang mempengaruhi hal tersebut. Dengan demikian rumusan masalah pada penelitian ini adalah Apakah ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA TEORI DAN HIPOTESIS

Kerangka Teori dan Hipotesis Penelitian

1. Ukuran Perusahaan dan Tanggung jawab Sosial Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan, seperti

yang dilakukan dalam penelitian Sembiring (2003,2005), Anggraini (2006), Hidayat (2007), Andriani (2008) dan Nesia (2008).

Sesuai dengan teori agensi, perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut (Hidayat, 2005). Disamping itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Nesia, 2008). Perusahaan yang besar umumnya juga lebih dikenal masyarakat, sehingga informasi sosial yang diungkapkan perusahaan besar akan lebih banyak dan lebih mudah diperoleh investor daripada perusahaan kecil (Sembiring, 2005).

Sembiring (2005) melakukan penelitian dengan menggunakan sampel perusahaan yang listing di BEJ seperti yang tercantum dalam *Indonesian Capital Market Direction 2002*. Dalam penelitiannya, Sembiring menggunakan variabel ukuran perusahaan yang dihubungkan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dan hasil penelitiannya menunjukkan adanya hubungan yang positif signifikan antara kedua variabel tersebut.

Hidayat (2007) juga memasukkan variabel ukuran perusahaan ke dalam penelitiannya yang menggunakan sampel semua jenis perusahaan yang terdaftar pada *Indonesian Capital Market Direction (ICMD)* tahun 2006, dan menemukan hubungan yang positif signifikan juga terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Seperti halnya dengan Sembiring (2005) dan Hidayat (2007), Andriani (2008) juga memasukkan variabel ukuran perusahaan yang dikaitkan dengan tingkat pengungkapan informasi lingkungan. Tetapi Andriani (2008) menggunakan kriteria sampel yang berbeda, yaitu semua perusahaan yang terdaftar di BEJ periode 2003-2006, serta tergolong perusahaan rawan lingkungan yang diklasifikasikan oleh PROPER. Hasilnya Andriani (2008) menemukan hubungan yang positif signifikan juga terhadap pengungkapan informasi lingkungan.

Dari penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa kebanyakan penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan hal tersebut penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Leverage dan Tanggung jawab Sosial Perusahaan

Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* (utang/ekuitas) yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi. Hal ini dilakukan untuk menghilangkan keraguan pemegang saham terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Oleh karena itu, perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Asumsi tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Zulmi

(2008) yang meneliti perusahaan yang terdaftar di BEJ periode 2004-2006 dan tergolong perusahaan rawan lingkungan sesuai pengklasifikasian PROPER. Dalam penelitiannya, Zulmi (2008) menemukan hubungan yang positif antara tingkat *leverage* dengan pengungkapan sosial perusahaan.

Kontrak utang biasanya berisi tentang ketentuan bahwa perusahaan harus menjaga tingkat *leverage* tertentu (rasio utang/ekuitas). Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat *leverage*, maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berupaya untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan (Belkaoui dan Karpik, 1989). Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian kredit. Supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya, termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial. Pendapat ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2007). Dalam penelitiannya, Hidayat menemukan hubungan yang negatif tidak signifikan antara *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Setuju dengan penelitian yang dilakukan Hidayat (2007), maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

H₂ : *Leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

3. Profitabilitas dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Secara umum, profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Menurut Gibson (2000) di dalam Lestari (2006), profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut.

Donovan dan Gibson (2000) di dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah 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, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh negatif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pendapat ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Zulmi (2008) yang menemukan hubungan yang negatif signifikan antara kedua variabel tersebut.

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan

semakin besar pula pengungkapan informasinya (Marbun, 2008). Pernyataan ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Andriani (2008), dimana dia menggunakan profitabilitas sebagai variabel independen, dan menemukan hubungan yang positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Review Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya:

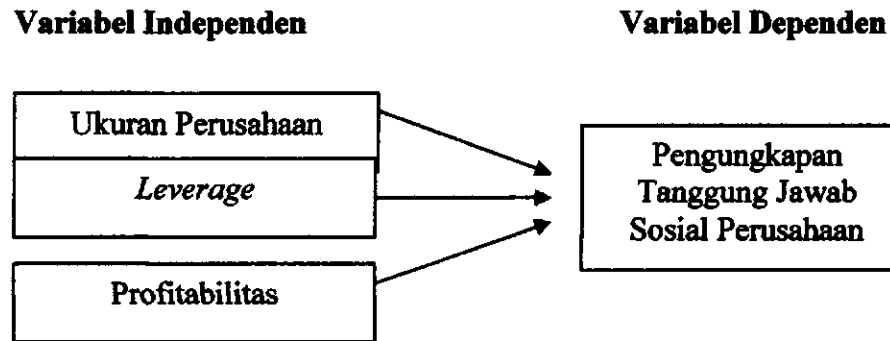
Peneliti terdahulu	Variabel penelitian	Pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
1.Hackston dan Milne (1996) 2.Anggraini (2006) 3.Sembiring (2003, 2005) 4.Hidayat (2007) 5.Martini (2008) 6.Andriani (2008) 7.Nesia (2008)	Ukuran perusahaan	1. Positif signifikan 2. Tidak ada pengaruh 3. Positif signifikan 4. Positif signifikan 5. Positif signifikan 6. Positif signifikan 7. Positif signifikan2.
1.Sembiring (2003, 2005) 2.Anggraini (2006) 3.Hidayat (2007) 4.Zulmi (2008)	<i>Leverage</i>	1. Tidak ada pengaruh 2. Tidak ada pengaruh 3. Negatif tidak signifikan 4. Positif tidak signifikan
1.Sembiring (2003, 2005) 2.Anggraini (2006) 3,Hackston dan Milne (1996) 4.Hidayat (2007) 5.Zulmi (2008) 6.Andriani (2008)	Profitabilitas	1. Tidak ada pengaruh 2. Tidak ada pengaruh 3. Tidak ada pengaruh 4. Negatif tidak signifikan 5. Negatif signifikan 6. Positif signifikan

Sumber : Data Olahan

Model Penelitian

Untuk lebih menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini, berikut digambarkan model penelitiannya :

Gambar II.1
Model Penelitian



METODE PENELITIAN

1. Populasi, Sampel

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2007 serta tergolong perusahaan manufaktur sesuai pengklasifikasian *Indonesian Capital Market Directory (ICMD) 2008*, yaitu sebanyak 151 perusahaan. Sampel dalam penelitian ini dipilih secara *purposive sampling*. *Sampling* yang dilakukan pada cara ini berdasarkan keputusan subjektif penulis yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu (Indriantoro dan Supomo, 2002:131). Penulis mengambil sampel sebanyak 11 perusahaan dari jumlah keseluruhan populasi industri manufaktur yang sesuai kriteria.

2. Operasionalisasi Variabel

a. Pengukuran Variabel Dependen

Dalam menentukan indeks pengungkapan digunakan teknik tabulasi untuk setiap perusahaan berdasarkan daftar / checklist pengungkapan lingkungan. Skor 1 akan diberikan jika item diungkapkan dan diberikan skor 0 jika item tersebut tidak diungkapkan. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut (Haniffa dkk 2005, di dalam Sayekti dan Wondabio, 2007):

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

keterangan:

CSRI_j : Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan j

n_j : Jumlah item untuk perusahaan j, n_j = 78

X_{ij} : 1= jika item diungkapkan; 0= jika item tidak diungkapkan

Dengan demikian, 0 < CSRI_j < 1

b. Variabel Independen**Ukuran Perusahaan***Jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan (Total assets)*

Menurut FASB dalam Concept Nomor 3 (Wahyuni, 2006) — *Elements of Financial Statement Business Enterprises* menyatakan aktiva adalah manfaat ekonomis di masa yang akan datang, yang diharapkan akan diterima oleh suatu badan usaha sebagai hasil dari transaksi-transaksi di masa lalu. Total asset dijadikan sebagai indikator dari ukuran perusahaan karena total asset mencerminkan besarnya sumber daya dan kekayaan yang dimiliki perusahaan. Semakin besar jumlah asset yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar ukuran perusahaannya.

Leverage

Pada umumnya, penelitian yang menghubungkan tingkat *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menggunakan indikator rasio total utang terhadap total ekuitas. Seperti yang dilakukan dalam penelitian Sembiring (2005), Hidayat (2007), dan Zulmi (2008).

Konsisten dengan penelitian-penelitian tersebut, peneliti juga menggunakan indikator rasio total utang terhadap total ekuitas untuk mengukur tingkat *leverage*.

Profitabilitas

Ada beberapa rasio yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas suatu perusahaan, yaitu:

Net Profit

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Net Profit}}{\text{Total Sales}}$$

3. Metode Analisis Data

Untuk menjawab masalah yang ada pada perumusan masalah, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data dan hasil perhitungan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Formulasi yang dipakai untuk analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$\text{CSR} = \beta_0 + \beta_1 \text{TA} + \beta_2 \text{LEV} + \beta_3 \text{PROFIT} + \varepsilon$$

Dimana :

- CSR = Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR)
- β_0 = Konstanta
- β_{1-3} = Koefisien regresi
- TA = Jumlah asset perusahaan
- LEV = Rasio utang terhadap ekuitas
- PROFIT = Rasio laba bersih terhadap pendapatan
- ε = Kesalahan random (*error*)

Ada beberapa masalah serius yang dihadapi dalam analisis regresi, yaitu heterokedastisitas, multikolinearitas dan autokorelasi (Pratisto, 2004:149).

4. Pengujian Hipotesis

Hipotesis menyatakan hubungan yang diduga secara logis antara dua variabel atau lebih dalam rumusan proporsi yang dapat diuji secara empiris. Hipotesis dikembangkan dari telaah teoritis atau literatur (Indriantoro dan Supomo, 2002:74). Setelah mendapatkan model penelitian yang baik, maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis. Untuk menguji hipotesis 1, hipotesis 2, dan hipotesis 3, menggunakan uji statistik t (t-test). Uji t-statistik digunakan untuk menguji keberartian pengaruh dari seluruh variabel independen secara parsial (individual) berpengaruh terhadap variabel dependen.

Untuk menentukan nilai statistik tabel, ditentukan dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan $df = n-k$. Dimana: n : jumlah observasi, k : jumlah variabel termasuk intersep.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Metode Analisis Data

A. Normalitas dan Uji Asumsi Klasik

Hasil pengujian menunjukkan data normal dan bebas dari asumsi klasik, sehingga analisis regresi berganda dapat dilanjutkan.

B. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil regresi dapat dilihat pada Tabel IV.4 berikut:

Tabel IV.4
Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients (B)	t _{hitung}	Sig.
(Constant)	0,135	1,758	0,089
Ukuran perusahaan	2,73E-009	2,305	0,029
Leverage	-0,002	-0,075	0,941
Profitabilitas	2,938	3,236	0,003
R	= 0,769		
Adjusted R _{square}	= 0,549		
T _{tabel}	= 2,0423		
Sig.F	= 0,000		

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel IV.4 di atas, dapat dibuat persamaan regresi untuk model penelitian sebagai berikut:

$$\text{CSR} = 0,135 + 2,73\text{E-}009 \text{ TA} - 0,002 \text{ LEV} + 2,938 \text{ PROFIT} + \varepsilon$$

Dari hasil regresi diperoleh nilai *Adjusted R_{square}* sebesar 0,549. Angka tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi sebesar 54,9%. Sedangkan sisanya, yaitu 45,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak teramati dalam penelitian ini.

C. Uji Hipotesis dan Pembahasan

1. Pengujian hipotesis pertama

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Variabel ini mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 2,73E-009. Tanda positif pada koefisien regresi ini menunjukkan arah hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini berarti semakin besar ukuran perusahaan, semakin banyak pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Sedangkan dari kolom *significant* diperoleh nilai 0,029. Angka ini lebih kecil dari α yang digunakan, yakni 0,05. Hal ini berarti bahwa ukuran perusahaan signifikan pada level signifikansi 5%.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga H₁ dapat diterima. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya (Hidayat, 2007), dengan argumentasi bahwa semakin banyak jumlah aktiva perusahaan, maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan. Dan hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya berkaitan dengan pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial seperti Sembiring (2005), Hidayat (2007), Martini (2008), Andriani (2008), dan Nesia (2008). Semua penelitian ini secara umum menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat cenderung semakin luas.

2. Pengujian hipotesis kedua

H₂: Leverage perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Variabel ini mempunyai nilai koefisien regresi sebesar -0,002. Tanda negatif pada koefisien regresi ini menunjukkan arah hubungan negatif antara *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini berarti semakin besar *leverage*, semakin sedikit pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Sedangkan dari kolom *significant* diperoleh nilai 0,941. Angka ini lebih besar dari α yang digunakan, yakni 0,05. Hal ini berarti bahwa *leverage* tidak signifikan pada level signifikansi 5%.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan,

sehingga H_2 tidak dapat diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Hidayat (2007) yang menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

3. Pengujian hipotesis ketiga

H_3 : Profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Variabel ini mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 2,938. Tanda positif pada koefisien regresi ini menunjukkan arah hubungan positif antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini berarti semakin besar profitabilitas, semakin banyak pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Sedangkan dari kolom *significant* diperoleh nilai 0,003. Angka ini lebih kecil dari α yang digunakan, yakni 0,05. Hal ini berarti bahwa profitabilitas signifikan pada level signifikansi 5%.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga H_3 dapat diterima. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya, seperti Andriani (2008) yang menyatakan menemukan hubungan yang positif signifikan antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2007) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini mungkin dikarenakan adanya perbedaan ukuran yang digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan. Hidayat (2007) menggunakan ukuran pendapatan per lembar saham (*earning per-share*) untuk mengukur profitabilitas perusahaan, sedangkan pada penelitian ini peneliti menggunakan rasio laba bersih dibagi dengan pendapatan untuk mengukur profitabilitas perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil evaluasi terhadap model penelitian dan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis 1 ditemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya berkaitan dengan pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial seperti Sembiring (2005), Hidayat (2007), Martini (2008), Andriani (2008), dan Nesia (2008).
2. Berdasarkan pengujian hipotesis 2 ditemukan bahwa tingkat *leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penolakan hipotesis ini sejalan dengan penelitian yang

dilakukan Hidayat (2007) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

3. Berdasarkan pengujian hipotesis 3 ditemukan bahwa tingkat profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andriani (2008) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2007).

Saran

Berdasarkan keterbatasan yang disadari oleh peneliti, maka disarankan untuk penelitian atau studi mendatang hendaknya :

1. Pada penelitian selanjutnya, hendaknya sampel yang digunakan diperluas mencakup seluruh populasi yang ada di pasar modal.
2. Menyempurnakan daftar item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Perlu melakukan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel informasi lain yang diduga mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini didasarkan pada belum tingginya tingkat *Adjusted R²* yaitu 54,9% pada penelitian ini. Hal ini berarti masih terdapat 45,1% variabel informasi lain yang mempengaruhi indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga, untuk penelitian selanjutnya hendaknya dapat memperhatikan variabel lain tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Meiliana. 2008. *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan Informasi Lingkungan Dalam Laporan Tahunan Perusahaan yang Rawan Lingkungan*. Skripsi UNRI, Pekanbaru.
- Anggraini, Reni Retno. 2006. *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan : Studi Empiris Pada Perusahaan-perusahaan Yang Terdaftar di BEJ*. Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang.
- Belkaoui, Ahmed and Philip G. Karpik. 1989. *Determinant of The Corporate Decision to Disclose Social Information*. Accounting, Auditing and Accountability Journal. Vol.2, No.1, p.36-51.
- Hackston, David and Markus J. Milne. 1996. *Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies*. Accounting, Auditing and Accountability Journal. Vol.3, No.1, p.77-108.
- Hidayat, Bambang. 2007. *Pengaruh Size, Profitabilitas, Profile dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Skripsi UNRI, Pekanbaru.

- Lestari, Chinta. 2006. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Jenis Perusahaan, Tingkat Profitabilitas, Ukuran KAP, Opini Audit dan Status Perusahaan Induk/anak Terhadap Audit Delay (Studi Empiris Pada Perusahaan Publik yang Listing di BEJ)*. Skripsi UNRI, Pekanbaru.
- Martini, Herlia. 2008. *Pengaruh Environmental Performance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan-perusahaan di Indonesia*. Skripsi UNRI, Pekanbaru.
- Mirfazli, Edwin dan Nurdiono, 2007. *Evaluasi Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan Dalam Kelompok Aneka Industri Yang Go Publik di BEJ*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 12.
- Nazar, Shinta Ningtyas. 2008. *Analisis Pengaruh Penerapan Laporan Informasi Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial Terhadap Market Performance Perusahaan Manufaktur di BEJ*. Skripsi UNRI, Pekanbaru.
- Nesia, Ruth. 2008. *Pengaruh Economic Performance dan Political Visibility terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Skripsi UNRI, Pekanbaru.
- Sayekti, Yosefa dan Ludovicus Sensi Wondabio. 2007. *Pengaruh CSR Disclosures Terhadap Earning Respons Coefficient (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)*. Simposium Nasional Akuntansi X, Makasar.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2003. *Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan Pada Hutang dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi VI, Surabaya.
- _____. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi VII, Solo.
- Sitinjak, Eli Meiliana BR. 2008. *Pengaruh Indikator Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Skripsi UNRI, Pekanbaru.
- Wahyuni, Rizka. 2006. *Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, dan Jumlah Saham Terdaftar Terhadap Likuiditas Saham Perusahaan Kelompok LQ 45 yang Listing di Bursa Efek Jakarta*. Skripsi UNRI, Pekanbaru.
- Zuhroh, Diana dan I Putu Pande Heri Sukmawati. 2003. *Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Terhadap Reaksi Investor (Studi Kasus Pada Perusahaan-perusahaan High Profile di BEJ)*. Simposium Nasional Akuntansi VI, Surabaya.
- Zulmi, Nizar. 2008. *Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Tingkat Leverage dan Tingkat Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Informasi Lingkungan*. Skripsi UNRI, Pekanbaru.