

Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Muhammad Fahmi

Program Studi Akuntansi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBBI

Korespondensi: aqilmumtazkaffi01@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.30596/jrab.v19i1.3322>

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan consumer goods barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian adalah penelitian kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji F, dan uji t dan koefisien determinasi. Kesimpulannya menunjukkan bahwa hasil penelitian secara parsial Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan barang konsumsi sedangkan Ukuran Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility di perusahaan barang konsumen. Secara bersamaan menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan barang konsumen.

Kata Kunci : Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris and Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Abstract : The purpose of this study was to determine the effect of corporate characteristics on disclosure of corporate social responsibility on consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange both partially and simultaneously. The research method is quantitative research. Data analysis technique used is multiple linear regression, F test, and t test and coefficient of determination. The conclusion shows that the results of the research are partially Profitability has a significant effect on the disclosure of Corporate Social Responsibility in consumer goods companies while the Size of the Company and the Size of the Board of Commissioners have no significant effect on Corporate Social Responsibility Disclosure in consumer goods companies. Simultaneously shows that the Company Size, Profitability and Size of the Board of Commissioners have a significant effect on Corporate Social Responsibility Disclosure on consumer goods companies.

Keywords: Company Size, Profitability, Board of Commissioners Size and Disclosure of Corporate Social Responsibility

Cara Sitasi : Fahmi, Muhammad. 2019. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 19(1), 26-39. <https://doi.org/10.30596/jrab.v18i2.3301>

PENDAHULUAN

Selama tiga tahun terakhir pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami perlambatan bila dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Pertumbuhan ekonomi Indonesia untuk tahun 2014 tumbuh sebesar 5,02 persen mengalami perlambatan dibandingkan dengan tahun 2013 sebesar 5,58 persen, begitupula untuk pertumbuhan ekonomi tahun 2015 tumbuh sebesar 4,79 persen, melambat bila dibandingkan dengan tahun 2014 sebesar 5,02 persen. Dampak dari penurunan pertumbuhan ekonomi tersebut disertai dengan turunnya penerimaan pajak yang secara tidak langsung mengurangi ketersediaan likuiditas perbankan, cadangan devisa, mengurangi defisit anggaran dan sebagainya.

Perusahaan *Consumer Goods* adalah salah satu dari sekian banyak jenis perusahaan yang dihadapkan dengan berbagai macam tuntutan, khususnya dengan menjadikan kepentingan dari pihak-pihak dalam komunitas bisnis tersebut seperti pelanggan atau konsumen, pesaing, pemegang saham, tenaga kerja, lembaga keuangan dan masyarakat lainnya. Adapun tuntutan dari pihak-pihak tersebut dapat dipertimbangkan sebagai suatu tanggung jawab sosial yang harus diemban perusahaan dalam seluruh rangkaian aktivitas perusahaannya. Tetapi dalam kenyataannya seringkali perusahaan menghiraukan tanggung jawab sosial ini sehingga terdapat beberapa kasus yang menimbulkan konflik di tengah-tengah lingkungan masyarakat sekitar. Karena konflik bagian dari permasalahan antara perusahaan dan masyarakat sehingga dapat terjadi pertentangan selama perusahaan tersebut berdiri. Adapun kasus Permasalahan *Corporate Social Responsibility* dalam perusahaan *Consumer Goods* ialah sebagai berikut :

PT. Tirta Fresindo Jaya yang merupakan anak perusahaan Mayora Grup, yang memproduksi air minum kemasan Le Mineral. Dalam menjalannya kegiatan bisnisnya PT. Tirta Fresindo Jaya dicurigai menggunakan cara-cara yang menurut masyarakat sekitar pabrik tidaklah etis dan sangat merugikan warga dan lingkungan setempat. PT. Tirta Fresindo Jaya menjalankan bisnisnya tidak menerapkan CSR. Sehingga Perusahaan merugikan masyarakat dengan melakukan penutupan 8 mata air sumber pertanian warga. Hal ini mengakibatkan lahan sawah masyarakat tidak terisi air (Septian, 2017).

Ada juga fenomena lain ialah PT. Siantar Top di Bekasi, PT. Siantar Top tidak menerapkan CSR, dimana air limbah pabrik dibuang sembarangan disungai beserta juga dengan PT. Sungwon Button Indonesia. Sehingga akibatnya warga merasa terganggu karena bau yang menyengat dari aliran limbah.(Teropong.com. 2017).

Contoh kasus lainnya PT. Nabisco mengeluarkan produk biskuit coklat berlapis susu, yang banyak disukai anak-anak. PT. Nabisco (Biskuit oreo) tidak menerapkan CSR. BPOM dan diinas Kesehatan mengatakan bahwa oreo produksi luar negeri mengandung melamin dan tidak layak untuk dikonsumsi oleh masyarakat karena berbahaya bagi kesehatan manusia (Syivafitra, 2016).

Oleh karena banyaknya kerugian yang dapat terjadi untuk banyak pihak jika perusahaan mencerobohkan tanggung jawab sosial atas kegiatan perusahaannya, maka sebuah perusahaan harus dapat memiliki kepedulian terhadap tanggung jawab sosialnya. Salah satu kepedulian perusahaan akan komunitas bisnisnya seperti lingkungan dan masyarakat, tenaga kerja, baik didalam atau diluar perusahaan dikenal dengan sebutan CSR.

CSR merupakan suatu konsep yang dapat membawa perusahaan agar melakukan tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan. Perkembangan CSR tidak terlepas dari konsep pembangunan berkelanjutan disebut dengan *sustainability develoment*. Kondisi keuangan tidak cukup menjamin nilai perusahaan untuk

bertumbuh dengan berkelanjutan. Adapun keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin, jika perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Konsep CSR menjelaskan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada pemiliknya atau pemegang saham tetapi juga kepada stakeholders yang terkena dampak dari keberadaan perusahaan.

Banyaknya fenomena atau kejadian yang menunjukkan masih rendahnya penerapan CSR dunia bisnis di Indonesia adalah sesuatu yang sangat besar risikonya, mengingat saat ini didunia Internasional kesadaran tentang pentingnya melakukan tanggung jawab sosial perusahaan ini dapat menjadi tren global seiring dengan maraknya kepedulian komunitas global terhadap produk yang ramah lingkungan dan dihasilkan dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial dan prinsip-prinsip hak asasi manusia. Mengingat dengan keadaan ini, semakin besar tuntutan dari masyarakat khususnya kalangan pembisnis, bagi perusahaan untuk menyatakan secara spontan praktik tanggung jawab sosial perusahaan secara tertulis, dalam bentuk laporan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menguji pengaruh dari beberapa aspek, diantaranya adalah Ukuran perusahaan, Profitabilitas, Ukuran dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Ukuran perusahaan adalah salah satu aspek yang cenderung melibatkan pandangan dan penilaian publi atau pihak eksternal terhadap perusahaan. Sehingga aspek inilah yang menjadi referensi bagi public untuk menilai tanggung jawab sosial perusahaan. Semetara profitabilitas dan ukuran dewan komisaris merupakan aspek-aspek internal. Dimana aspek ini seringkali menjadi parameter kinerja dan pencapaian suatu perusahaan, termasuk dalam hal tanggung jawab sosial perusahaan.

Objek penelitian menggunakan perusahaan *Consumer Goods* dengan alasan bahwa perubahan yang terjadi di perusahaan *Consumer Goods* berdampak sosial terhadap kelangsungan hidup masyarakat sehingga pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sangat diperlukan oleh perusahaan. Perbedaan hasil penelitian di atas membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan *Consumer Goods* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016 ”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang tersebut, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016 secara parsial.
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016 secara parsial.
3. Apakah Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016 secara parsial.
4. Apakah Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016 secara simultan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Stakeholders

Stakeholders adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan (Rindawati dan Asyik. 2015: 4). Sehingga perusahaan harus memperhatikan kepentingan stakeholdernya, karena stakeholderlah pihak yang mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas kegiatan perusahaan serta kebijakan yang diambil dan dilaksanakan oleh perusahaan. Stakeholder theory juga mempertimbangkan berbagai kelompok yang terdapat dimasyarakat dan bagaimana harapan kelompok stakeholder memiliki dampak yang besar atau kecil kepada strategi perusahaan. Teori ini berimplikasi kepada kebijakan manajemen dalam mengelola harapan stakeholder. Stakeholder perusahaan pada dasarnya mempunyai ekspektasi yang berbeda mengenai bagaimana perusahaan dijalankan.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility – CSR*)

Corporate Social Responsibility memiliki arti bahwa perusahaan harus bertanggungjawab terhadap tindakanya yang mempengaruhi masyarakat, lingkungan dan komunitasnya. Tanggung jawab sosial tidak hanya meliputi tanggungjawab kepada diri sendiri dengan melindungi kepentingannya sendiri, tetapi juga bertanggung jawab kepada masyarakat atas akibat yang timbul dari aktivitas-aktivitas yang ditimbulkan perusahaan. Hal ini tersirat suatu pernyataan bahwa sasaran usaha adalah komunitas secara lebih luas menjadi inti dari CSR, dijelaskan bahwa anggota komunitas yang lebih luas termasuk didalamnya adalah karyawan perusahaan, serta komunitas lingkungan sosial perusahaan itu sendiri (Silitonga, 2011: 10).

Sedangkan menurut Mudjiyanti dan Maulani (2017: 9) CSR adalah suatu kewajiban perusahaan yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa, baik bagi masyarakat maupun dalam mempertahankan kualitas lingkungan sosialnya secara fisik maupun memberikan kontribusi secara positif terhadap kesejahteraan masyarakat dimana mereka beroperasi. Dari defenisi CSR yang telah diuraikakan, dapat disimpulkan bahwa CSR suatu wujud kegiatan ekonomi perusahaan yang berkelanjutan. Kegiatan ekonomi perusahaan pada umumnya didirikan atas dasar orientasi ekonomi, sehingga tidak melupakan aspek sosial dan lingkungan demi terjaminnya kelangsungan hidup perusahaan dalam pengungkapan.

Manfaat Melaksanakan Corporate Social Responsibility

CSR juga salah satu bagian strategi bisnis perusahaan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Menurut Rindawati dan Asyik (2015: 4) manfaat melaksanakan CSR ialah sebagai berikut :

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
3. Mereduksi bisnis perusahaan
4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan dan membuka peluang pasar yang lebih luas.
5. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah
6. Memperbaiki hubungan dengan stakeholder dan memperbaiki hubungan dengan regulator.
7. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan serta peluang mendapat penghargaan.

Dengan adanya CSR akan mudah membantu menciptakan keseimbangan antara perusahaan, masyarakat dan lingkungan sekitar.

Komponen Corporate Social Responsibility

Secara umum CSR mencakup lima komponen pokok (Darwin, 2006) ialah sebagai berikut:

1. Hak Asasi Manusia (HAM)
Bagaimana perusahaan menanggapi masalah HAM dan strategi serta kebijakan untuk menghindari terjadinya pelanggaran HAM dip perusahaan.
2. Tenaga Kerja (Buruh)
Bagaimana keadaan tenaga kerja di supply chain atau di pabrik milik sendiri mulai dari sistem penggajian, keselamatan kerja dan kesejahteraan hari tua, keterampilan dan profesional karyawan, serta pada penggunaan tenaga kerja dibawah umur.
3. Lingkungan hidup
Bagaimana strategi dan kebijakan yang berhubungan dengan masalah lingkungan hidup. Bagaimana perusahaan mengatasi dampak lingkungan atas produk atau jasa mulai dari pengadaan bahan baku serta pada pembuangan limbah dan dampak lingkungan yang diakibatkan oleh proses produksi dan distribusi produk
4. Sosial- Masyarakat
Bagaimana strategi dan kebijakan perusahaan dalam bidang sosial dan pengembangan masyarakat sekitar.
5. Dampak Produk dan Jasa terhadap Pelanggan
Apa saja yang dilaksanakan perusahaan untuk memastikan produk dan jasa bebas dari dampak negatif seperti mengganggu kesehatan, mengancam keamanan dan produk tak layak diedarkan.

Tujuan Perusahaan Melaksanakan Corporate Social Responsibility

Adapun tujuan perusahaan melaksanakan CSR (Saputri, 2011) adalah sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan citra perusahaan dan mempertahankan, biasanya secara implisit, asumsi bahwa perilaku perusahaan secara fundamental adalah baik.
2. Untuk membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial diantara organisasi dan masyarakat. Keberadaan kontrak sosial ini menuntut dibebaskannya akuntabilitas sosial.
3. Sebagai perpanjangan dari pelaporan keuangan tradisional dan tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada investor.

Indikator Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility Disclosure diukur dengan melihat item CSR berdasarkan Indikator GRI (Global Reporting Initiative). Indikator-indikator tersebut meliputi :

1. Indikator Kinerja Ekonomi (economic performance indicator)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (environment performance indicator)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (labor practices performance indicator)
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (human rights performance indicator)
5. Indikator Kinerja Sosial (social performance indicator)
6. Indikator Kinerja Produk (product responsibility performance indicator).

Jumlah item pengungkapan CSR menurut GRI adalah 79 dimana kinerja ekonomi 9 item, kinerja lingkungan 30 item, praktik tenaga kerja 14 item, kinerja hak asasi manusia 9

item, kinerja sosial 8 item, kinerja tanggung jawab produk 9 item. Untuk mengukurnya menggunakan rumus perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut (Istifaroh dan Subardjo, 2017: 9) :

$$\text{CSRDI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSRDI: Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks perusahaan j

N_j : Jumlah item pengungkapan, n_j ≤ 79

X_{ij} : Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j, 1 = jika item i diungkapkan ; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

Ukuran Perusahaan

Menurut Rindawati dan Asyik (2015: 5) Ukuran Perusahaan merupakan ukuran mengenai besar kecilnya suatu perusahaan. Sedangkan menurut Rofiqkoh (2016: 8) Ukuran Perusahaan adalah suatu skala atau nilai untuk mengklasifikasi besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan indikator tertentu, antara lain Total aktiva, log size, nilai saham, dan jumlah tenaga kerja. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang akan ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat. Ukuran Perusahaan (Saputra, 2016: 80) dengan menggunakan rumus :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln(\text{total aset}).$$

Profitabilitas (ROA)

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba pada tingkat penjualan aset dan ekuitas (Fahmi, 2015: 47). Jika profitabilitasnya semakin tinggi maka akan memberikan kesempatan yang luas terhadap manajemen dalam mengungkapkan dan melakukan program sosialnya. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosialnya. Sedangkan menurut Istifaroh dan Subardjo (2017: 5) rasio profitabilitas merupakan rasio yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode tertentu dan juga memberikan gambaran tentang tingkat efektivitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya.

Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Return On Asset*. Return on assets ialah mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan total aset atau kekayaan yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai aset tersebut (Laksmitaningrum, 2013: 34).

Adapun pengukuran *Return On Asset* (Laksmitaningrum dan Purwanto, 2013: 4) dengan menggunakan rumus :

$$\text{ROA} = \text{Laba Bersih Setelah Pajak} / \text{Total Aktiva}$$

Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dari dewan komisaris yang dimaksud disini yaitu jumlah anggota dewan komisaris dalam perusahaan yang bertugas melakukan pengawasan dan memberi nasihat kepada direktur dan direksi. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif.

Dewan komisaris melakukan pengawasan atas kebijakan pengurusan jalannya pengurusan pada umumnya, baik mengenai perseroan maupun usaha perseroan dan memberikan nasihat kepada direksi. Ukuran dewan komisaris yang dimaksud disini yaitu jumlah anggota dewan komisaris dalam perusahaan yang bertugas melakukan pengawasan dan memberi nasihat kepada direktur dan direksi. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Dewan komisaris melakukan pengawasan atas kebijakan pengurusan jalannya pengurusan pada umumnya, baik mengenai perseroan maupun usaha perseroan dan memberikan nasihat kepada direksi.

Sedangkan menurut Istifarah dan Subardjo (2017: 5) Ukuran Dewan Komisaris merupakan wakil kepentingan dari para pemegang saham yang berbadan hukum perseroan terbatas yang memiliki pengetahuan yang dalam atas kinerja, keuangan, penguasaan pangsa pasar dari organisasi tersebut. Ukuran dewan komisaris dapat dirumuskan (Wardani, 2013: 29) adalah sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Dewan Komisaris} = \sum \text{anggota dewan komisaris}$$

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif dilakukan untuk memperoleh kejelasan mengenai ciri-ciri variabel yang diamati berdasarkan statistik yang diperoleh. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Populasi dalam penelitian yang digunakan adalah seluruh perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016 yaitu sebanyak 35 perusahaan. Metode pengambilan sampel yang akan digunakan untuk penelitian ini adalah metode selective data, dari kriteria tersebut didapat 21 sampel perusahaan consumer goods yang memenuhi kriteria. Dengan jumlah observasi 105 (21 x 5 tahun). Teknik analisis yang digunakan penelitian ini adalah linier berganda. Keseluruhan tabulasi dan pengolahan data menggunakan SPSS.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berikut adalah hasil yang diperoleh dalam penelitian ini:

Tabel 1
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,12154396
	Most Extreme Differences	
	Absolute	0,068
	Positive	0,068
	Negative	-0,052
Kolmogorov-Smirnov Z		0,701
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,710

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikan pada Asymp. Sig. (2-tailed) yang dihasilkan sebesar 0,710. Hasil Uji normalitas ini menunjukkan bahwa data telah berdistribusi dengan normal karena nilai signifikannya lebih besar dari 0,05. Dengan demikian penelitian ini dapat dilakukan ke penelitian selanjutnya.

Tabel 2
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Ukuran perusahaan	0,846	1,182
	ROA	0,990	1,010
	UDK	0,845	1,183

a. Dependent Variable: CSRD

Tabel di atas terlihat bahwa dari semua variabel bebas tersebut, tidak ada nilai tolerance yang berada di bawah 0,1 dan tidak ada nilai VIF yang berada diatas 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas dalam variabel bebas penelitian ini.

Tabel 3
Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	-0,116	0,908
	Ukuran perusahaan	0,876	0,383
	ROA	-0,015	0,988
	UDK	0,068	0,946

a. Dependent Variable: RES2

Berdasarkan hasil yang diperoleh, seperti tampak pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel ukuran perusahaan lebih dari 0,05 yaitu sebesar 0,383, variabel ROA lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,988 serta variabel ukuran dewan komisaris lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,946 maka dapat disimpulkan bahwa asumsi heterokedastisitas ditolak sehingga seluruh model persamaan regresi linier dari penelitian ini dapat dijadikan model persamaan regresi linier yang mempunyai ketepatan untuk memprediksi. Dalam arti, kesimpulan yang diperoleh dari hasil uji F dan uji t dapat diandalkan.

Tabel 4
Uji Autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-0,01436
Cases < Test Value	52
Cases >= Test Value	53
Total Cases	105
Number of Runs	56
Z	0,491
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,623

Pada hasil uji regresi melalui SPSS yang terlihat pada Tabel diatas menghasilkan nilai Runs Test sebesar 0,623 sehingga disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah autokorelasi.

Tabel 5
Uji Parsial

Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	-0,077	0,939
	Ukuran perusahaan	1,353	0,179
	ROA	2,015	0,047
	UDK	0,846	0,399

a. Dependent Variable: CSRD

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diatas, maka model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$CSR D = -0,017 + 0,011X_1 + 0,128X_2 + 0,007X_3 + e$$

Berdasarkan parameter dalam persamaan regresi berganda diatas, maka hubungan masing-masing variabel independen terhadap Pengungkapan CSR yang dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (b_0) sebesar -0,017 artinya jika tidak ada variabel independen yang terdiri dari ukuran perusahaan, ROA dan ukuran dewan komisaris yang mempengaruhi Pengungkapan CSR, maka Pengungkapan CSR pada Perusahaan *Consumer Goods* di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2012-2016 mengalami penurunan sebesar -0,017.
2. Koefisien regresi b_2 sebesar 0,128 artinya setiap kenaikan variabel ROA sebesar 1 % maka Pengungkapan CSR akan meningkat 12,8 % dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap nol. Hal ini menunjukkan terdapat hubungan positif antara ROA dengan Pengungkapan CSR artinya setiap ROA meningkat maka nilai Pengungkapan CSR akan mengalami peningkatan dan sebaliknya.

Dari tabel diatas, pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai t_{hitung} 1,353 < t_{tabel} 1,983 dengan tingkat signifikan (0,179) > (0,05) dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan CSR. Sehingga hipotesis yang diajukan yaitu ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ditolak.

2. Variabel ROA memiliki nilai $t_{hitung} 2,015 > t_{tabel} 1,983$ dengan tingkat signifikansi $(0,047) < (0,05)$ dapat disimpulkan bahwa ROA berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan CSR. Sehingga hipotesis yang diajukan yaitu ROA berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR diterima.
3. Variabel ukuran dewan komisaris memiliki nilai $t_{hitung} 0,846 < t_{tabel} 1,983$ dengan tingkat signifikansi $(0,399) > (0,05)$ dapat disimpulkan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan CSR. Sehingga hipotesis yang diajukan yaitu ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR ditolak.

Tabel 6
Uji Simultan

ANOVA^b

Model		F	Sig.
1	Regression	2,993	0,034 ^a
	Residual		
	Total		

a. Predictors: (Constant), UDK, ROA, Ukuran perusahaan

b. Dependent Variable: CSR

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai $F_{hitung} 2,993$ lebih besar dari $F_{tabel} 2,694$ atau nilai signifikansi sebesar $0,034$ lebih kecil dari $0,05$. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan, profitabilitas (ROA) dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima.

Tabel 7
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,286 ^a	0,082	0,054	0,123336

a. Predictors: (Constant), UDK, ROA, Ukuran perusahaan

b. Dependent Variable: CSR

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa R sebesar $0,286$ atau $28,6\%$ artinya hubungan antara variabel independen yaitu ukuran perusahaan, ROA dan ukuran dewan komisaris terhadap variabel dependen yaitu Pengungkapan CSR adalah $28,6\%$. Angka sebesar $28,6\%$ mengindikasikan bahwa variabel independen secara bersama-sama memiliki hubungan yang cukup kuat dengan Pengungkapan CSR.

Nilai Adjusted R Square sebesar $0,054$ atau sama dengan $5,4\%$. Artinya $5,4\%$ variabel Y (Pengungkapan CSR) dipengaruhi oleh variabel ukuran perusahaan, ROA dan ukuran dewan komisaris. Sedangkan sisanya sebesar $94,6\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti tipe industri, leverage, kepemilikan institusional dan lain-lain.

Pembahasan

Hasil Uji Statistik t

Dari pengujian secara parsial menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang digunakan dalam penelitian tidak semuanya berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, seperti yang dijelaskan dibawah ini:

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan secara parsial terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Dari hasil penelitian mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan yang besar bukan sebagai salah satu dorongan bagi perusahaan untuk melaksanakan kegiatan CSR. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar bukan salah satu jaminan bahwa perusahaan akan melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Dari hasil sampel perusahaan menunjukkan perusahaan yang tergolong besar justru sedikit mengungkapkan informasi kegiatan CSR dalam laporan tahunan. Perusahaan juga menganggap bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sangat penting untuk mengangkat citra perusahaan dan tingkat penjualan ditengah ketatnya persaingan. Oleh karena itu, besar kecilnya suatu perusahaan atau berapapun asset yang dimiliki perusahaan tidak akan menurunkan atau meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan.

Selain itu, hasil penelitian tersebut sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan perusahaan akan berusaha mematuhi peraturan dan norma-norma yang terdapat dalam masyarakat termasuk UU No. 40 tahun 2007 agar keberadaan perusahaan dapat diterima diengah masyarakat. Dengan adanya UU tersebut turut menciptakan iklim penerapan kegiatan CSR bagi seluruh perusahaan *public* secara wajib dan tidak lagi bersifat sukarela sehingga ukuran perusahaan diduga menjadi kurang relevan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Pengaruh ROA terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Retrn On Asset* merupakan salah satu faktor yang mendorong manajemen melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan hanya 3 yang mengalami rugi dan selebihnya perusahaan terdapat mengalami keuntungan atau normal dalam pencapaian laba selama periode penelitian sehingga memiliki dana untuk melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini menghasilkan kesimpulan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi telah melakukan aktivitas pengungkapan sosial. Saat ini perusahaan masih berorientasi pada laba yang tinggi.

Hal ini didukung dengan argumentasi bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap perlu untuk melakukan hal-hal yang dapat menginformasikan tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas tinggi, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca kinerja perusahaan saat melakukan aktivitas-aktivitas sosial lingkungan yang dilakukan perusahaan. Hasil penelitian ini didukung dengan teori yang menyatakan bahwa dengan adanya laba yang tinggi manajemen akan melakukan pengungkapan yang luas dengan cara memberikan informasi pengungkapan sosial lingkungan karena sangat mempengaruhi posisi perusahaan dan kompensasi atau resiko yang diterima.

3. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Dari hasil penelitian menyimpulkan bahwa adanya dewan komisaris yang tidak melakukan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan perusahaan. Dewan komisaris menganggap bahwa dengan tidak mengungkapkan CSR tidak akan merugikan perusahaan. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengawasan terhadap

manajemen perusahaan agar setiap perusahaan melakukan tanggung jawab sosialnya. Sebaliknya jika perusahaan melakukan Pengungkapan sosial perusahaan akan banyak manfaat yang diperoleh perusahaan yaitu seperti akan mendapatkan citra positif (*image*) yang baik dimata masyarakat sekitar perusahaan, selain itu perusahaan juga akan dapat mempertahankan dan mendapatkan SDM yang berkualitas.

Faktor-faktor yang juga mempengaruhi kegagalan hasil penelitian ini adalah efektivitas kinerja yang dilakukan dewan direksi, sehingga berapapun jumlah anggota dewan direksi tidak akan mempengaruhi kinerja manajemen apabila kinerja yang dilakukan kurang efektif. Semakin banyak anggota dewan direksi membawa keuntungan bagi perusahaan dalam mengelola sumber daya.

Hasil Uji Statistik F

Dari hasil pengujian hipotesis yang dilakukan diperoleh bahwa secara simultan variabel ukuran perusahaan, ROA dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer goods*. Hal ini dapat dilihat dari nilai F_{hitung} 2,993 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,694 atau nilai signifikan sebesar 0,034 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan, ROA dan ukuran dewan komisaris secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer goods*. Besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R square* sebesar 0,054 atau sama dengan 5,4 %.

Hal ini disebabkan meskipun ukuran perusahaan, ROA dan ukuran dewan komisaris merupakan salah satu tolak ukur untuk Pengungkapan CSR, namun masih banyak variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini diduga dapat mempengaruhi Pengungkapan CSR perusahaan *consumer goods*. Hasil penelitian ini secara simultan konsisten dengan hasil penelitian Laksmitanigrum (2013), Sha, Thio Lie. (2014) serta Subiantoro dan Mildawati (2015) yang menyatakan secara simultan ukuran perusahaan, profitabilitas (ROA) dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

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

1. Secara parsial Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer goods*.
2. Secara parsial Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer goods*.
3. Secara parsial Ukuran Dewan Komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer goods*.
4. Secara simultan menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer goods*.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang diberikan adalah :

1. Pihak manajemen perusahaan diharapkan lebih terbuka mengungkapkan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan serta menyesuaikan indikator pengungkapan CSR agar sesuai dengan *Global Reporting Inative*.
2. Pemerintah harus lebih mempertegas perusahaan *consumer goods* dalam melaporkan pengungkapan CSR di dalam laporan tahunan karenan minimnya pengungkapan CSR pada perusahaan *consumer goods*.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen dan periode penelitian yang lebih panjang serta menggunakan jenis perusahaan lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai objek penelitian agar hasil penelitian lebih akurat.
4. Bagi investor yang ingin berinvestasi di perusahaan *consumer goods* hendaknya menilai perusahaan tersebut tidak hanya segi profitabilitas akan tetapi dengan melihat kepedulian perusahaan terhadap lingkungan alam dan masyarakat sekitar.
5. Selain data sekunder juga menggunkan data lain, seperti kuisisioner ataupun interview keperusahaan untuk mengetahui informasi mengenai Pengungkapan CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi. (2015). *Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, Media Exposure dan Umur Perusahaan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada perusahaan High Profile yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2013)*. Skripsi Akuntansi. Universitas Negeri Semarang.
- Istifaroh dan Subardjo. (2017). *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol. 6, No. 6. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Akuntansi Indonesia. Surabaya. ISSN: 2460-0585.
- Laksmitaningrum (2013). *Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris dan Struktur Kepemilikan terhadap Pengungkapan CSR (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011)*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Laksmitaningrum dan Purwanto, (2013). *Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris dan Struktur Kepemilikan terhadap Pengungkapan CSR (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011)*. Journal Of Accounting, Vol, 2, No. 3, Hal. 1. Universitas Diponegoro. ISSN: 2337-3806.
- Megawati cheng dan Yulius, (2011). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap abnormal return*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan. Vol, 13, No. 1 . Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Mudjiyanti dan Maulani. (2017). *Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Media Ekonomi. Vol, XVII, No. 1.
- Putri dkk. (2014). *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman*

- Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013*). Jurnal Akuntansi. Universitas Islam, Bandung. ISSN: 2460-6561.
- Rindawati dan Asyik. (2015). *Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan publik terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Jurnal ilmu dan riset akuntansi. Vol.4. No. 6. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Surabaya.
- Rofiqkoh, E. (2016). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol. 5, No. 10. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Surabaya.
- Saputra, (2016). *Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Size terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal of Economic and Economic Education, Vol.5, No. 1, hal 75-89. ISSN: 2302-1590.
- Saputri, (2011). *Pengaruh karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- Septian, (2017). *Studi kasus Pelanggaran Etika Bisnis pada PT. Tirta Fresindo Jaya*.
- Sha, Thio Lie. (2014). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas dan Leverage terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Akuntansi. Vol, XVIII, No. 01. Hal, 86-98.
- Silitonga, (2011). *Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Basis Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Go Public di BEI*. Skripsi Akuntansi. Universitas Sumatera Utara.
- Sriayu dan Mimba. (2013). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure*. E-Jurnal. Hal, 326-344. Universitas Udayana. ISSN: 2302-8556.
- Subiantoro dan Mildawati. (2015). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol. 4, No. 9 (2015). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Surabaya.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Syivafitri, (2016). *Kasus Pelanggaran etika bisnis oleh Oreo PT.Nabisco*. <http://syivafitri.blogspot.com/2016/11>.
- Teropong.com. (2017). *Warga resah, PT.SBI dan PT. Siantar Top buang limbah di Drainase*. [https://sknteropong.com/sorot/Warga resah, PT.SBI dan PT.Siantar Top buang limbah di Drainase](https://sknteropong.com/sorot/Warga%20resah,%20PT.SBI%20dan%20PT.Siantar%20Top%20buang%20limbah%20di%20Drainase).
- Untung, (2014). *CSR Dunia Bisnis*, Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Wardani, (2013). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011)*. Skripsi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- www.idx.co.id.