

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**
(Studi Empiris pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa
Efek Indonesia tahun 2011-2014)

**THE EFFECT OF PROFITABILITY AND FIRM SIZE TO CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY DISCLOSURE**
(Study of Food and Beverage Companies Listed in Indonesian Stock Exchange 2011-2014)

Alyssa Natasya Barnas¹, Dini Wahjoe Hapsari², Siska Priyandani Yudowati³

^{1, 2, 3} Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹ alyssanatasya@students.telkomuniversity.ac.id, ² diniwahyuhapsari@telkomuniversity.ac.id, ³ siskayudowati@yahoo.com

Abstrak

Perkembangan perusahaan manufaktur di Indonesia selalu mengalami peningkatan baik dari distribusi pendapatannya maupun jumlah perusahaan tersebut. Namun dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan masih belum maksimal dalam pelaksanaannya. *Corporate social responsibility* yang dikeluarkan dalam laporan tahunan memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan manufaktur baik internal perusahaan maupun eksternal perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2011-2014.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif verifikatif bersifat kausal. Sampel dipilih melalui *purposive sampling* dan diperoleh 36 sampel selama tahun penelitian. Data yang digunakan adalah data sekunder dari laporan tahunan perusahaan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi data panel dengan metode *fixed effect* menggunakan Eviews 8.

Hasil penelitian ini profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Secara parsial variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan profitabilitas dengan arah positif tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kata Kunci : Profitabilitas, ukuran perusahaan, pengungkapan *corporate social responsibility*.

Abstract

The development of a manufacturing company in Indonesia has always experienced good improvement of income distribution and the number of such companies. However, Corporate Social Responsibility disclosure of companies are still not optimal in practice. Corporate social responsibility issued in the annual reports provide useful information for manufacturing companies both internal and external.

This study aims to determine the effect simultaneously and partially of profitability and firm size to corporate social responsibility disclosure in the food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2011-2014.

This type of research is descriptive verification is causal. Samples were selected through purposive sampling and obtained 36 samples over years of research. The data used are secondary data from the company's annual report. The analysis method is panel data regression with fixed effect using Eviews 8.

The results profitability and firm size simultaneously on the disclosure of corporate social responsibility. Partial variable firm size significantly with the positive direction on the disclosure of corporate social responsibility, while profitability with positive direction has no effect on the disclosure of corporate social responsibility.

Keywords: profitability, company size, corporate social responsibility disclosure.

1. Pendahuluan

Sektor manufaktur merupakan pendorong utama pertumbuhan yang berkualitas, cepat dan stabil bagi perekonomian secara keseluruhan sektor industri manufaktur adalah suatu sektor yang berperan aktif dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Sektor manufaktur biasanya menarik lebih banyak investasi sehingga mendorong pertumbuhan produktivitas dan memfasilitasi pergeseran dari kegiatan yang berproduktivitas rendah kepada kegiatan yang berproduktivitas tinggi. Seiring dengan pesatnya perkembangan sektor dunia usaha sebagai akibat liberalisasi ekonomi, berbagai kalangan swasta, organisasi masyarakat, dan dunia pendidikan berupaya merumuskan dan mempromosikan tanggung jawab sosial sektor usaha dalam hubungannya dengan masyarakat dan lingkungan.

Corporate social responsibility sebagai serangkaian tindakan perusahaan yang muncul untuk meningkatkan produk sosialnya, memperluas jangkauannya melebihi kepentingan ekonomi eksplisit perusahaan, dengan pertimbangan tindakan semacam ini tidak disyaratkan oleh peraturan hukum. CSR juga sebagai investasi sosial bagi perusahaan terhadap masyarakat. Tujuan dari investasi sosial perusahaan dapat membantu meningkatkan atau memperbarui sumberdaya internal dan kapabilitas perusahaan. Adapun dari sisi eksternal perusahaan, investasi tanggung jawab sosial perusahaan akan meningkatkan reputasi perusahaan.

Penerapan *corporate social responsibility* tidak lagi hanya memperhatikan pada *single bottom line* saja, tetapi perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya akan memberikan perhatian kepada kemajuan masyarakat, khususnya komunitas sekitar (*people*), serta lingkungan hidup/bumi (*planet*) dan peningkatan kualitas perusahaan (*profit*).

Kasus yang menyangkut tentang *corporate social responsibility* yaitu pada PT Indofood karena adanya pemberian upah dan gaji yang di bawah UMR bagi karyawannya tersebut. Hal ini bertentangan dengan tidak adanya penerapan 3P (*People, Planet, Profit*) dalam CSR pada suatu perusahaan. Dalam kasus diatas menunjukkan adanya pelanggaran dalam penerapan *People* di PT Indofood karena selain kesejahteraan bagi masyarakat sekitar, juga perlu adanya kesejahteraan bagi para karyawannya dengan memberikan upah dan gaji yang layak atas apa yang telah dikerjakannya. Karena karyawan merupakan pemangku kepentingan bagi perusahaan yang menjadi penunjang kesuksesan perusahaan dalam mencapai target.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Profitabilitas merupakan tolak ukur sebuah perusahaan sebagai suatu keberhasilan dalam pencapaian kinerja perusahaan tersebut. Alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Return On Asset (ROA)* untuk mengukur profitabilitas. Menurut Purwaningsih [10] menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada pengungkapan CSR perusahaan manufaktur dengan *Return On Asset (ROA)* sebagai indikator dari profitabilitas. Tetapi penelitian yang dilakukan oleh Sefrilia [11] menyatakan bahwa profitabilitas dalam pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan pada perusahaan dengan indikator profitabilitas yang digunakan dalam penelitian adalah ROA. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya profitabilitas perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan menurut Nursiam dan Gemitasari [8]. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin mendapat perhatian dari pasar maupun publik. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *proxy* logaritma natural total aset, tujuannya agar mengurangi perbedaan yang signifikan antara ukuran perusahaan besar dan ukuran perusahaan kecil sehingga data total aset dapat terdistribusi normal. Penelitian yang dilakukan oleh Nursiam dan Gemitasari [8] menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka total aktiva yang dimiliki perusahaan juga akan semakin banyak sehingga kebijakan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya juga semakin besar. Berbeda dengan hasil penelitian menurut Pradnyani dan Sisdyani [9] yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR karena perusahaan yang diteliti baik perusahaan dengan total aset yang besar maupun kecil sama-sama mengungkapkan CSR dan tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang mencerminkan bahwa klasifikasi besaran perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Dasar teori dan metodologi

2.1 Dasar teori

2.1.1. Teori Stakeholder

Dalam teori stakeholder, Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggung jawab terhadap pemilik (*shareholder*) sebagaimana terjadi selama ini, namun bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*) yang juga disebut sebagai tanggungjawab sosial (*social responsibility*) menurut Hadi [4]. Diharapkan melalui teori stakeholder ini, pihak manajemen perusahaan akan memasukkan nilai-nilai moralitas dalam setiap perencanaan dan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan aktivitas usahanya.

2.1.2. *Corporate Social Responsibility*

CSR sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja sama dengan karyawan, keluarga karyawan, dan masyarakat setempat (lokal) dalam rangka meningkatkan kualitas hidup dan CSR merupakan keterbukaan dan transparan dalam dunia bisnis yang didasarkan atas nilai etika dan respek terhadap karyawan, komunitas, dan lingkungan menurut WBCSD dan World Bank dalam Azheri [1]. Model dalam pengungkapan kegiatan CSR seperti dengan menggunakan standar *Global Reporting Initiative* (GRI). Dalam GRI terdiri dari tiga indikator pengungkapan tanggung jawab sosial yaitu meliputi : indikator kinerja ekonomi, kinerja Lingkungan dan kinerja sosial.

2.1.3. *Profitabilitas*

Menurut Kasmir [5] rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri (*shareholders equity*). Profitabilitas juga digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan ditujukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dan hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan bagi perolehan keuntungan perusahaan menurut Fahmi [2].

() _____

2.1.4. *Ukuran Perusahaan*

Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin mendapat perhatian dari pasar maupun publik menurut Handayati dalam Nursiam dan Gemitasari [8].

()

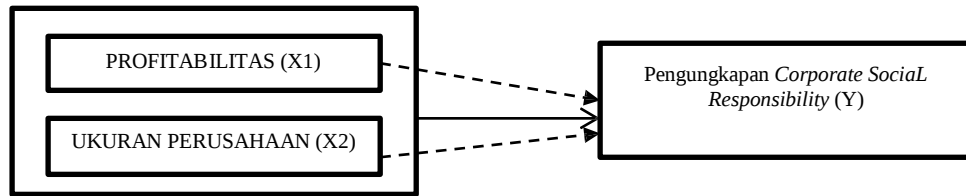
2.1.5. *Pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility*

Menurut Hadi [4] bahwa berbagai alasan yang mendasari perusahaan melakukan pengungkapan sosial adalah salah satunya untuk meningkatkan nama baik perusahaan, simpati masyarakat, karyawan dan investor. Artinya, perusahaan yang melaksanakan pengungkapan CSR diharapkan akan mendapat pencitraan positif seperti simpati masyarakat dan investor sehingga hal tersebut pada akhirnya akan berdampak pada meningkatnya profitabilitas perusahaan di masa yang akan datang. Jadi, semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi pengungkapan CSR tersebut. Pernyataan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fibrianti dan Wisada [3] dimana profitabilitas sebagai variabel independen dan menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.1.6. *Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility*

Menurut Riga Adiworso dalam Kartini [6] , CSR seharusnya sebanding dengan ukuran bisnis perusahaan. Karena pada hakikatnya perusahaan yang berukuran kecil harus dibebani tanggung jawab yang kecil pula, sementara tanggung jawab besar harus dibebankan kepada perusahaan yang berukuran besar. Selain itu, ukuran perusahaan mungkin sangat berpengaruh terhadap CSR karena perusahaan berskala kecil dan sedang tentu dampaknya juga berbeda dengan perusahaan berskala besar. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nursiam dan Gemitasari [8] bahwa semakin besar suatu perusahaan maka total aktiva yang dimiliki perusahaan juga akan semakin banyak sehingga kebijakan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya juga semakin besar.

Secara sistematis, kerangka pemikiran dapat dilihat pada Gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Keterangan :

- > Berpengaruh secara parsial
 —————> Berpengaruh secara simultan

2.2 Metodologi penelitian

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011-2014. Sampel pada penelitian ini diperoleh dengan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria yang menjadi dasar pemilihan sampel adalah Perusahaan yang bergerak di sektor makanan dan minuman yang listing di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2014, mempublikasikan laporan tahunan (annual report) secara lengkap termasuk memuat pengungkapan sosial di IDX/BEI selama periode 2011-2014. Setelah mengeliminasi terdapat 9 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel.

Menurut Sekaran [12] data sekunder adalah data yang telah ada dan tidak perlu dikumpulkan sendiri oleh peneliti. Beberapa sumber data sekunder antara lain buletin statistik, publikasi pemerintah, informasi yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan dari dalam atau luar perusahaan, data yang tersedia dari penelitian sebelumnya, studi kasus dan dokumen perpustakaan, data online, situs web dan internet. Data panel adalah data yang terdiri atas beberapa variabel seperti pada data seksi silang, namun juga memiliki unsur waktu seperti pada data runtut waktu menurut Winarno [13]. Ada tiga model yang digunakan untuk mengestimasi regresi dengan data panel yaitu *common effect*, *fixed effect*, dan *random effect* menurut Setiawan dan Kusriani [7]. Model regresi data panel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Dimana:

Y = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
 X_1 = Profitabilitas
 X_2 = Ukuran Perusahaan
 α = Konstanta
 β_1 = Koefisien regresi profitabilitas
 β_2 = Koefisien regresi ukuran perusahaan
 ε = error term

3. Pembahasan

3.1 Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis statistik deskriptif untuk menjawab perumusan masalah deskriptif. Berikut ini adalah hasil penelitian dari analisis statistik deskriptif yang disajikan dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1 statistik deskriptif

	ROA	UKPER	CSR
Mean	0.142778	28.30889	0.184444
Maximum	0.660000	32.08000	0.390000
Minimum	-0.050000	26.09000	0.040000
Standar Deviasi	0.135216	1.757314	0.108139
Observations	36	36	36

Sumber: Data yang telah diolah, 2016

Berdasarkan tabel 1 hasil variabel profitabilitas yang diukur menggunakan rumus ROA pada perusahaan makanan dan minuman memiliki nilai minimum sebesar -0,050000, nilai maksimum sebesar 0,660000, serta rata-rata (mean) sebesar 0.142778 dan standar deviasi 0.135216. Hasil variabel ukuran perusahaan yang diukur menggunakan rumus logaritma natural (Ln) total assets pada perusahaan makanan dan minuman memiliki nilai minimum sebesar 26.09000, nilai maksimum sebesar 32.08000, serta rata-rata (mean) sebesar 28,30889 dan standar deviasi sebesar 1.757314. Hasil variabel *corporate social responsibility* yang diukur dengan indikator 79 item yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* pada perusahaan makanan dan minuman memiliki nilai minimum sebesar 0.040000, nilai maksimum sebesar 0.390000, serta rata-rata (mean) sebesar 0,184444 dan standar deviasi 0.108139.

3.2 Persamaan Regresi Data Panel

Berdasarkan pengujian metode yang telah dilakukan, maka metode yang digunakan dalam regresi data panel pada penelitian ini adalah metode *fixed effect*.

Tabel 2 *Fixed Effect*

Dependent Variable: CSR					
Method: Panel Least Squares					
Date: 04/15/16 Time: 21:32					
Sample: 2011 2014					
Periods included: 4					
Cross-sections included: 9					
Total panel (balanced) observations: 36					
	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
	C	-1.314781	0.157148	-8.366497	0.0000
	ROA	0.027152	0.071660	0.378897	0.7072
	UKPER	0.052823	0.005514	9.579976	0.0000
R-squared		0.735528	Mean dependent var		0.184444
Adjusted R-squared		0.719499	S.D. dependent var		0.108139
S.E. of regression		0.057273	Akaike info criterion		-2.802327
Sum squared resid		0.108246	Schwarz criterion		-2.670367
Log likelihood		53.44189	Hannan-Quinn criter.		-2.756270
F-statistic		45.88834	Durbin-Watson stat		0.651316
Prob(F-statistic)		0.000000			

Sumber: Output Eviews 8.

Dari hasil pengujian dapat dirumuskan persamaan model regresi data panel yang menjelaskan pengaruh Profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang listing di BEI pada tahun 2011-2014, yaitu:

$$CSR = -1.314781 + 0.027152 ROA + 0.052823 UKPER + e$$

3.2.1 Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan tabel 2, diperoleh bahwa nilai prob (F-statistic) sebesar 0.00000 < 0,05 maka H_0 ditolak artinya bahwa variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada 2011-2014.

3.2.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa dalam penelitian ini memiliki koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar 0.735528 atau 73,5528%. Hal ini berarti mengindikasikan bahwa variabel independen yaitu profitabilitas (ROA) dan ukuran perusahaan (UKPER) mampu menjelaskan variabel dependen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) sebesar 73,5528% sedangkan 26,4472% dijelaskan oleh variabel lain.

3.2.3 Uji Parsial (Uji t)

1. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Hasil diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi ROA sebesar $0.7072 > 0,05$, dan nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0.027152 , sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 di terima dan H_1 di tolak, artinya profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Sefrilia (2012), Anneke Putri *et.al* (2014), Nursiam dan Gemitasari (2013), Effendi, Sayekti dan Wijayanti (2012).

2. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Hasil diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi UKPER sebesar $0,0000 < 0,05$ dan nilai regresi dengan arah positif sebesar 0.052823 maka sesuai dengan kriteria bahwa probabilitas $< 0,05$ H_0 ditolak. Artinya variabel ukuran perusahaan (UKPER) memiliki pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nursiam dan Gemitasari (2012), Indraswari dan Astika (2014), Effendi, Sayekti dan Wijayanti (2012), Anneke Putri, et al (2015).

4. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Secara parsial variabel profitabilitas dengan arah positif tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan dengan arah positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Daftar Pustaka

- [1] Azheri, Busyra. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Raja Grafindo
- [2] Fahmi, Irham. (2011). *Analisis Kinerja Keuangan*. Bandung: ALFABETA
- [3] Fibrianti, Ni Putu Emmy dan I Gede Supartha Wisada. (2015). Pengaruh Hutang, Profitabilitas dan Tanggung Jawab Lingkungan Pada CSR Disclosure Perusahaan Pertambangan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 341-355. ISSN: 2302-8556.
- [4] Hadi, Nor. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- [5] Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana
- [6] Kartini, Dwi. (2009). *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Refika Aditama.
- [7] Kusriani, Dwi Endah dan Setiawan. (2010). *Ekonometrika*. Yogyakarta: ANDI
- [8] Nursiam dan Rina Gemitasari. (2013). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009- 2011)*. Proceeding Seminar Nasional. ISBN: 978-979-636-147-2.
- [9] Pradnyani, I Gusti Adung Arista dan Eka Ardhani Sisdyani. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Dewan Komisaris Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 384-397. ISSN: 2302-8556
- [10] Purwaningsih, Rina Puji dan Suyanto. (2015). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013). *Seminar Nasional*. ISSN: 133-140. 2460-0784.
- [11] Sefrilia, Meutia dan Yulia Saftiana. (2012). Pengaruh Kepemilikan Saham Pemerintah dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*. Volume 2, Nomor 2. ISSN: 2087-958.
- [12] Sekaran, Uma. (2006). *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- [13] Winarno, Wing Wahyu. (2011). *Analisis Ekonometrika dan Statistik dengan Eviews*. Yogyakarta: STIM YKPN