

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN SALES GROWTH TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (Studi Empiris pada Perusahaan Indeks LQ 45 Non-Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016)

THE EFFECT OF COMPANY SIZE, PROFITABILITY, AND SALES GROWTH TO CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE (An Empirical Study on a Company LQ 45 Indexes non-Financial Listed in Indonesian Stock Exchange 2014-2016 period)

Aslika Apriyanti ¹, Willy Sri Yuliandhari, S.E.,Ak.,M.M ²

Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom

¹ aslikaapriyanti@student.telkomuniversity.ac.id, ² willyyuliandari@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Adanya kerangka konsep pelaporan tanggungjawab sosial yang dapat digunakan adalah Global Reporting Initiative (GRI) dalam bentuk laporan keberlanjutan. Namun, tidak sedikit perusahaan yang belum melakukan pengungkapan terhadap kegiatan tanggungjawab sosial dalam sebuah laporan keberlanjutan perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan sales growth terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. Obyek penelitian yang digunakan adalah pada perusahaan Indeks LQ 45 Non-Keuangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2014-2016.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi data yang bersumber pada laporan keberlanjutan dan laporan tahunan yang dipublikasikan melalui Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan pengumpulan sampel menggunakan *purposive sampling* didapatkan jumlah sampel dari penelitian ini sebanyak 13 perusahaan dari Indeks LQ 45 yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2014-2016.

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan software Eviews versi 9.0, diperoleh kesimpulan bahwa secara simultan variabel independen yang terdiri dari ukuran perusahaan, profitabilitas dan sales growth memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. Pengujian secara parsial menunjukkan hasil Ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan kearah negatif, profitabilitas memiliki pengaruh positif, sedangkan *sales growth* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan hasil penelitian bagi investor disarankan memilih perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yang baik sebagai salah satu dasar untuk membantu dalam pengambilan keputusan investasi. Bagi perusahaan, disarankan untuk memaksimalkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sesuai aturan GRI.

Kata Kunci : Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Sales Growth*, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Abstract

Corporate Social Responsibility Disclosure is a firm commitment to participate in the sustainable economic development to improve the quality of life and give benefit for environment or the company itself, the local community and society. The framework of social responsibility reporting concept which can be used is the Global Reporting Initiative (GRI) in the form of sustainability reports. However, only few companies have disclosed their social responsibility activities in a sustainability report.

This study aims to get empirical evidence about firm size, profitability, , and sales growth to CSR disclosure on a Company Nonfinancial listed LQ 45 Indexes Which Listed on The Indonesia Stock Exchange in 2015-2016 Period.

The method of data collection is done by documentation of data sourced from the sustainability report and annual report published by Indonesia Stock Exchange (IDX). By using purposive sampling techniques, it was found that the samples of this study were 13 companies from LQ 45 Indexes which listed on Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2014 – 2016 Period.

Using Eviews 9.0, the independent variables which were firm size, profitability, and sales growth tested simultaneously and resulted a significant influence to CSR disclosure. The partial test results were that firm size has a negative significant influence to CSR disclosure, profitability has a positive significant influence to Corporate Social Responsibility disclosure. While Sales Growth has 'nt effect to Corporate Social Responsibility Disclosure.

Based on the result here the following recommendation that can be given such as investors are advised to choose the company with the disclosure of social responsibility both as one of the bases to assist in making

investment decisions. For companies, it is advisable to maximize Corporate Social Responsibility Disclosure within the rules GRI.

Keywords : : Firm Size, Profitability, Sales Growth, Corporate Social Responsibility Disclosure

1. Pendahuluan

Berdasarkan peraturan pemerintah UU Perseroan Terbatas No 40 Tahun 2007, perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan^[8]. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada masa ini sudah dianggap suatu kepentingan bagi perusahaan, selain sebagai bentuk ketaatan terhadap hukum juga untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan.

Pada penelitian ini laporan berkelanjutan (*sustainability report*) berguna untuk mendapatkan informasi mengenai komitmen *corporate social responsibility* (CSR) secara komprehensif, melaporkan kontribusi perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan. Laporan keberlanjutan memuat tidak saja informasi kinerja keuangan tetapi juga informasi non keuangan yang terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan yang memungkinkan perusahaan bisa bertumbuh secara berkesinambungan. Faktanya tidak semua perusahaan Indeks LQ 45 yang menerbitkan Laporan berkelanjutan setiap tahunnya.

Seiring dengan adanya perkembangan *corporate social responsibility* terbentuklah jaringan organisasi non-pemerintah yaitu *Global Reporting Initiative* (GRI). Pada laporan berkelanjutan terdapat indikator yang menjadi pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan *Global Reporting Initiative 4* (GRI 4) yaitu dapat berfungsi sebagai alat ukur pencapaian target kerja dalam isu triple bottom line diantaranya ekonomi, sosial dan lingkungan^[1]. Pada GRI 4 indikator keseluruhan indikator ekonomi, sosial dan lingkungan sebanyak 91 item. Pada faktanya perusahaan Indeks LQ 45 tidak sepenuhnya mengungkapkan 91 item tersebut.

2. Dasar Teori dan Metodologi

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian

2.1.1 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Kristi^[3] menyatakan bahwa pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia merujuk pada standar yang diterapkan GRI (*Global Reporting Initiative*) (GRI-G4). Standar GRI dipilih karena standar GRI ini lebih fokus pada standar pengungkapan sebagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan *sustainability report*. Dalam standar GRI, indikator kinerja dibagi menjadi ekonomi, lingkungan hidup dan sosial yang mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk dan masyarakat, dengan total indikator mencapai 91 item. Rumus *CSR Disclosure* adalah:

$$CSDI_j = \frac{\sum XI_j}{n_j}$$

2.1.2 Ukuran Perusahaan

Menurut Sari^[7], Ukuran perusahaan (*firm size*) merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan menggunakan proxy logaritma natural total asset sehingga data total aset dapat terdistribusi normal.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Logarithm natural (Total asset)}$$

2.1.3 Profitabilitas

Menurut Hery^[2], Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Pada penelitian ini profitabilitas diprosikan dengan *Return On Asset*. Rasio ROA merupakan rasio yang komprehensif untuk mengetahui profitabilitas suatu perusahaan. Rumus *Return On Asset*:

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{total aset}}$$

2.1.4 Sales Growth

Menurut Musaidah, *et al*^[2], Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) yaitu rasio pertumbuhan atas penjualan yang merupakan indikator dari penerimaan pasar atas produk atau jasa yang dihasilkan, serta

pendapatan yang dihasilkan dari penjualan tersebut dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan.

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Penjualan}(t) - \text{Penjualan}(t - 1)}{\text{Penjualan}(t - 1)}$$

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan yang besar cenderung memiliki sumberdaya yang besar seperti aktiva yang besar, penjualan besar, *skill* karyawan yang baik, dan sistem informasi yang terintegrasi dengan baik. Sumberdaya dan *profit* penjualan yang besar membuat perusahaan akan lebih banyak berhubungan dengan *stakeholder*, sehingga diperlukan pengungkapan yang luas atas aktivitas perusahaan termasuk Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugraha^[5] menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.2.2 Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

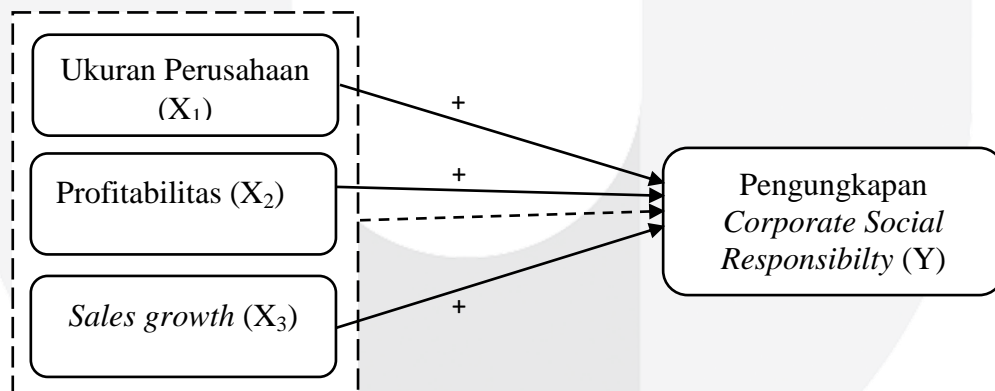
Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Tingkat Profitabilitas yang tinggi cenderung akan semakin luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dengan mendapatkan *profit* yang besar akan memberi kemudahan kepada manajemen perusahaan untuk lebih luas dalam Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan menjaga korelasi yang baik dengan *stakeholders*.

Maka dapat dikatakan semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi tingkat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pradyani dan Sisdayani^[6], bahwa Profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.2.3 *Sales Growth* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Sales growth menunjukkan pertumbuhan perusahaan dalam kurun waktu tertentu. Dalam hal ini pertumbuhan terhadap penjualan. Besarnya *sales growth* sebuah perusahaan akan berpengaruh pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi akan mendapat banyak perhatian dari masyarakat, sehingga cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Musaidah, *et al*^[4], bahwa *Sales Growth* berpengaruh secara positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran
Sumber: Data diolah oleh penulis, 2018

Keterangan:
Pengaruh parsial —————>
Pengaruh simultan - - - - ->

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori dan kerangka pemikiran yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran Perusahaan, profitabilitas, dan *sales growth* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

3. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
4. *Sales growth* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.4 Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan teknik *purposive sampling* yang memperoleh 13 sampel dalam kurun waktu 3 tahun sehingga didapat 39 unit sampel perusahaan Indeks LQ 45 Non-Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah regresi data panel dengan menggunakan *Software Eviews 9.0*. Persamaan analisis model data panel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Pengungkapan CSR

a : Konstanta

X₁ : Ukuran Perusahaan

X₂ : Profitabilitas

X₃ : *Sales Growth*

b₁, ...b₄ : Koefisien regresi

e : Tingkat Kesalahan

3. Pembahasan

3.1 Analisis Statistik Deskriptif

Hasil pengujian statistik deskriptif ukuran perusahaan, profitabilitas yang diprosikan ROA, *sales growth*, dan pengungkapan *corporate social responsibility* ditunjukkan dalam Tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3.1
Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

Keterangan	Ukuran Perusahaan	Profitabilitas	<i>Sales Growth</i>	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
<i>Mean</i>	31.34216	0.07762	0.01833	0.41110
Maksimum	33.19881	0.18259	0.69181	0.93407
Minimum	30.32510	-0.04746	(0.27959)	0.08791
<i>Std. Dev.</i>	0.84580	0.05542	0.16794	0.20721
<i>Observations</i>	39	39	39	39

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.1 Hasil pengujian Statistik Deskriptif, nilai rata-rata Ukuran Perusahaan yang diprosikan oleh *Ln Total Asset* sebesar 31.34216. Rata-rata tersebut lebih besar dari standar deviasi sebesar 0.84580. Hal ini menunjukkan bahwa data dari variabel ukuran perusahaan selama periode pengamatan tersebut memiliki data yang berkelompok. Pada variabel Profitabilitas memiliki nilai rata-rata yang diprosikan oleh *Return on Asset (ROA)* adalah sebesar 0.07762. Nilai rata-rata (*mean*) dari profitabilitas sebesar 0.07762 yang lebih besar dari nilai standar deviasi sebesar 0.05542 menunjukkan bahwa data selama periode pengamatan tersebut berkelompok atau tidak bervariasi. Pada variabel *sales growth* nilai rata-rata sebesar 0.01833. Rata-rata tersebut lebih kecil dari standar deviasi sebesar 0.16794. Hal ini menunjukkan bahwa data selama periode pengamatan dari variabel *sales growth* tersebut bervariasi atau data menyebar. Pada variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* nilai rata-rata sebesar 0.41110. Nilai rata-rata dari Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebesar 0.41110 dengan standar deviasi sebesar 0.20721 menyatakan bahwa nilai rata-rata yang lebih besar dari standar deviasi sehingga data tersebut berkelompok atau tidak bervariasi.

3.2 Persamaan Regresi Data Panel

Berdasarkan hasil pengujian model yang telah dilakukan, maka model *common effect* merupakan model yang sesuai untuk penelitian ini. Pengujian dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini menggunakan nilai signifikansi 0,05. Pada tabel 3.2 akan menyajikan hasil uji *common effect* menggunakan *software Eviews 9.0*.

Tabel 3.2
Hasil Uji Statistik Menggunakan Model *Common Effect*

Dependent Variable: Y
 Method: Panel EGLS (Cross-section weights)
 Date: 03/08/18 Time: 23:02
 Sample: 2014 2016
 Periods included: 3
 Cross-sections included: 13
 Total panel (balanced) observations: 39
 Linear estimation after one-step weighting matrix

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.460453	0.609190	5.680415	0.0000
X1	-0.099989	0.019198	-5.208435	0.0000
X2	0.701000	0.240315	2.917004	0.0061
X3	-0.048986	0.102923	-0.475953	0.6371

Weighted Statistics			
R-squared	0.503107	Mean dependent var	1.062306
Adjusted R-squared	0.460516	S.D. dependent var	1.950344
S.E. of regression	0.176036	Sum squared resid	1.084598
F-statistic	11.81255	Durbin-Watson stat	1.336477
Prob(F-statistic)	0.000017		

Unweighted Statistics			
R-squared	0.209136	Mean dependent var	0.411103
Sum squared resid	1.290390	Durbin-Watson stat	1.122587

Sumber: Output Eviews 9.0 (Data diolah penulis, 2018)

Berdasarkan tabel 3.2, maka penulis merumuskan persamaan model regresi data panel yang menjelaskan pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan *sales growth* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Indeks IQ 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016, yaitu:

$$Y = 3.460453 - 0.099989 X_1 + 0.701000 X_2 - 0.048986 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = *Corporate Social Responsibility Disclosure*

X1 = Ukuran Perusahaan

X2 = Profitabilitas

X3 = *Sales Growth*

ε = Error Term

Persamaan Regresi diatas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta sebesar 3.460453 menunjukkan bahwa apabila variable independen pada regresi yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas dan sales growth bernilai nol, maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dimiliki oleh perusahaan Indeks LQ 45 adalah sebesar 3.460453
2. Koefisien regresi Ukuran Perusahaan sebesar -0.099989 yang bertanda negatif menunjukkan bahwa apabila terjadi perubahan kenaikan ukuran perusahaan sebesar 1 satuan, maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan mengalami penurunan sebesar 0.099989. Nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan negative menunjukkan bahwa semakin meningkat nilai ukuran perusahaan maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan akan menurun.
3. Koefisien regresi profitabilitas sebesar 0.701000 menunjukkan arah positif yang berarti jika nilai profitabilitas meningkat sebesar 1 satuan dan variabel lainnya tetap, maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan mengalami peningkatan sebesar 0.701000. Nilai koefisien regresi variabel profitabilitas positif menunjukkan bahwa semakin meningkat proporsi profitabilitas maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan akan meningkat.
4. Koefisien regresi *Sales Growth* sebesar -0.048986 menunjukkan arah negatif yang berarti jika nilai *sales growth* meningkat sebesar 1 satuan dan variabel lainnya tetap, maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan mengalami penurunan sebesar 0.048986. Nilai koefisien regresi variabel *sales growth* negatif menunjukkan bahwa semakin meningkat proporsi *sales growth* maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan akan menurun.

3.3 Pengujian Hipotesis

3.3.1 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Berdasarkan Tabel 3.2 diperoleh *statistic F* memiliki nilai *Prob (F-statistic)* sebesar $0,015512 < 0,05$ atau dibawah 0,05. Maka, dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa H_0 yang berarti terdapat hubungan secara simultan yang signifikan antara variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan *sales growth* dengan pengungkapan *corporate social responsibility*.

3.3.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan Tabel 3.2, dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R-squared* pada penelitian adalah sebesar 0,460516 atau 46.05%. Dengan demikian, maka variabel independen yang terdiri dari ukuran perusahaan, profitabilitas dan *sales growth* dapat menjelaskan atau mempengaruhi variabel dependen yaitu pengungkapan

corporate social responsibility sebesar 46,05% sedangkan sisanya yaitu 53,95% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

3.3.3 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Berdasarkan Tabel 4.14, hasil uji t (parsial) maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Ukuran Perusahaan dengan proksi *Ln Total Asset* memiliki koefisien -0.099989 dengan nilai *probability* sebesar $0.0000 < 0.05$, maka H_{03} ditolak. Sehingga variabel Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
2. Variabel Profitabilitas dengan proksi *Return on Asset (ROA)* memiliki koefisien 0.701000 dengan nilai *probability* sebesar $0.0061 < 0.05$, maka H_{02} ditolak. Sehingga variabel Profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
3. Variabel *Sales Growth* memiliki koefisien sebesar -0.048986 dengan nilai *probability* sebesar $0.6371 > 0.05$, maka H_{03} diterima. Sehingga variabel *Sales Growth* secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

4. Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh variabel Ukuran perusahaan dengan proksi *Logarithm Natural* dari *Total Asset*, Profitabilitas dengan proksi *Return On Asset (ROA)*, dan *Sales Growth* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan dalam Indeks LQ 45 Non-Keuangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2014-2016. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dan pengujian menggunakan model regresi data panel diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian analisis deskriptif, dapat disimpulkan bahwa:
 - a. Ukuran perusahaan nilai diprosikan oleh *Ln Total Asset* pada perusahaan Indeks LQ 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2014-2016 adalah sebesar 31.34216. Rata-rata tersebut lebih besar dari standar deviasi sebesar 0.84580. Variabel ukuran perusahaan tahun 2014-2016 tersebut berkelompok. Nilai maksimum Ukuran Perusahaan sebesar 33.19881 dimiliki oleh Astra International Tbk pada tahun 2016. Sedangkan Nilai Minimum sebesar 30.32510 dimiliki oleh Akr Corporindo Tbk.
 - b. Nilai rata-rata (*mean*) profitabilitas yang di proksikan dengan *Return on Asset (ROA)* perusahaan Indeks LQ 45 yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2014-2016 adalah sebesar 0.07762. Rata-rata profitabilitas sebesar 77.62% menunjukkan bahwa rata-rata tingkat Profitabilitas yang ada sudah dalam keadaan baik. Nilai tertinggi (*maximum*) profitabilitas sebesar 0.18259 yang dimiliki oleh Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. pada tahun 2014. Nilai terendah (*minimum*) profitabilitas sebesar -0.04746 yang dimiliki oleh Aneka Tambang (Persero) Tbk. pada tahun 2015.
 - c. Variabel *Sales Growth* perusahaan Indeks LQ 45 yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2014-2016 adalah sebesar 0.01833. Hasil Statistik Deskriptif *Sales Growth* nilai tertinggi (*maximum*) profitabilitas sebesar 0.69181 yang dimiliki oleh Jasa Marga (Persero) Tbk. pada tahun 2016. Nilai terendah (*minimum*) profitabilitas sebesar -0.27959 yang dimiliki oleh Vale Indonesia Tbk. pada tahun 2016.
 - d. Variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menunjukkan nilai rata-rata Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Indeks LQ 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2014-2016 yakni sebesar 0.41110. Hal ini menyatakan bahwa rata-rata pengungkapan yang dilakukan oleh Perusahaan Indeks LQ 45 Periode Tahun 2014-2016 masih tergolong rendah, karena rata-rata pengungkapan belum sampai setengah atau 50% sehingga belum sepenuhnya diungkapkan. Nilai rata-rata dari Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebesar 0.41110 dengan standar deviasi sebesar 0.20721 menyatakan bahwa nilai rata-rata yang lebih besar dari standar deviasi sehingga data tersebut berkelompok atau tidak bervariasi. Adapun nilai maksimum yakni sebesar 0.93407 dari Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dimiliki oleh Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk. pada tahun 2015 atau Sedangkan nilai minimum yakni sebesar 0.08791.
2. Berdasarkan pengujian secara simultan Ukuran Perusahaan dengan proksi *Logarithm Natural* dari Total Asset, profitabilitas dengan proksi *Return on Asset (ROA)* dan *Sales Growth* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Indeks LQ 45 Non-Keuangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2014-2016.
3. Secara parsial Ukuran Perusahaan dengan proksi *Logarithm Natural* dari Total Asset, profitabilitas dengan proksi *Return on Asset (ROA)* dan *Sales Growth* memiliki pengaruh sebagai berikut:
 - a. Ukuran Perusahaan dengan proksi *Logarithm Natural* dari Total Asset berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan Indeks LQ 45 Non-Keuangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2014-2016. Artinya, ukuran perusahaan yang bernilai tinggi tidak selalu diikuti dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang

meningkat juga berbanding terbalik dengan ukuran perusahaan yang bernilai rendah tetapi diikuti dengan peningkatan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

- b. Profitabilitas dengan proksi *Return on Asset* (ROA) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan Indeks LQ 45 Non-Keuangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2014-2016. Artinya, semakin meningkat nilai profitabilitas di suatu perusahaan akan mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- c. *Sales Growth* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan Indeks LQ 45 Non-Keuangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2014-2016. Artinya, semakin meningkat atau menurun nilai pertumbuhan penjualan di suatu perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

5. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

5.1 Aspek Teoritis

1. Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan obyek lain pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia misalnya seperti perusahaan pada sektor Manufaktur dan sektor Pertambangan yang memiliki dampak langsung terhadap lingkungan atau menggunakan Indeks lain seperti Indeks Kompas 100, Indeks SRI-KEHATI, dan lain sebagainya. Sehingga diharapkan ilmu mengenai pengungkapan CSR dapat terus berkembang pada berbagai sektor yang menjadi objek penelitian.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel-variabel independen di luar variabel yang ada pada penelitian ini, seperti kepemilikan publik, umur perusahaan, Ukuran dewan komisaris, dan pengungkapan media atau dengan cara mengganti proksi yang berkaitan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, misalnya seperti mengganti proksi ROE, ROI, dll pada variable profitabilitas.
3. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan tahun periode penelitian sehingga diharapkan hasil dari penelitian dapat merepresentasikan keadaan yang sebenarnya dengan lebih akurat dan mengetahui perkembangan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dari tahun-tahun sebelumnya sehingga diharapkan hasil yang diperoleh dapat memperluas penelitian dan menghasilkan analisis yang baik.

5.2 Aspek Praktis

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Demikian perusahaan yang memiliki Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas yang tinggi harus semakin meningkatkan kegiatan tanggungjawab sosial perusahaan beserta pengungkapannya dalam sebuah laporan keberlanjutan agar citra perusahaan semakin baik serta memperoleh legitimasi masyarakat atas dampak dari kegiatan operasional perusahaan khususnya pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Bagi Investor

Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan bagi investor yang akan menginvestasikan modalnya di suatu perusahaan agar memperhatikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang telah dilakukan perusahaan. Hal ini disebabkan karena dengan pengungkapan tanggungjawab sosial yang dilakukan perusahaan, maka perusahaan akan memiliki citra yang baik dari masyarakat mengenai perhatian perusahaan pada kondisi sosial dan lingkungan serta dampak yang akan diperoleh perusahaan terhadap keberlanjutan usaha perusahaan tersebut. Investor dapat mempertimbangkan mengenai laporan keberlanjutan (*sustainability report*) yang diungkapkan oleh perusahaan sebagai salah satu penilaian sebelum berinvestasi. Dengan adanya laporan keberlanjutan, investor dapat menilai suatu perusahaan yang tidak hanya baik dalam kinerja keuangannya saja, melainkan investor dapat menilai perhatian perusahaan terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan. Hal tersebut peneliti sarankan karena perusahaan yang mampu berkomitmen pada kedua hal tersebut terindikasi dapat mempertahankan keberlangsung usahanya dan mempertahankan pangsa pasar.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Global Reporting Initiative 4

[2] Hery. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service)

[3] Kristi, Agatha A. 2013. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Jurnal Universitas Brawijaya*, 1(1), 1-27.

[4] Musaidah, Siti, Rita Andini dan Agus Supriyanto. 2016. *Analisis Pengaruh Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage, dan Growth Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. *Journal Of Accounting*, Vol. 2 No.2 Maret 2016.

[5] Nugraha, Septian Adi. 2013. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dalam Laporan Tahunan Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 2(10). 1-16.

[6] Pradnyani dan Sisdyani. 2015. Pengaruh Ukuran perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *E-Junral Akuntansi Universitas Udayana* 11.2 (2015): 384- 397. ISSN: 2302-8556

[7] Sari, Rizkia Anggita. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*, 1(1), 124-140.

[8] Undang-Undang No 40 Tahun 2007

