

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*

Inge Savitri¹, Desy Nur Pratiwi^{1*}, Sumadi¹

¹ Institut Teknologi Bisnis – AAS Indonesia

^{*} Korespondensi (e-mail: desynurpratiwi692@gmail.com)

Received: 25-Maret-2021; Revised: 10-April-2021; Accepted: 29-April-2021

Abstract

The company makes an economic and social contribution to society in the form of corporate social responsibility (CSR). This study aims to examine the factors that influence CSR disclosure in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2016-2018 period. The sampling method was purposive sampling, with a sample size of 27 companies. This study uses multiple linear regression. The results showed that profitability, company growth (growth), and company size (Size) were partially related to CSR disclosure.

Keywords: Corporate social responsibility, Growth, Profitability, Size

Abstrak

Perusahaan melakukan kontribusi ekonomi dan sosial kepada masyarakat dalam bentuk corporate social responsibility (CSR). Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. Metode pengambilan sampel dengan purposive sampling, dengan jumlah sampel 27 perusahaan. Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas, pertumbuhan perusahaan (*growth*), dan ukuran perusahaan (*Size*) secara parsial terhadap pengungkapan CSR.

Kata kunci: Corporate social responsibility, Growth, Profitabilitas, Size.

How to cite: Savitri, I., Pratiwi, D. N., & Sumadi. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility. *Journal of Accounting and Digital Finance*, 1(1), 15-24.

1. Pendahuluan

Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74. Pasal 74 tersebut menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. *Social Responsibility (CSR)* merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan hanya pada tanggung jawab dari aspek ekonomi dan keuangan saja, tetapi juga harus perpijak pada tanggung jawab dari aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Ide tanggung jawab sosial pada dasarnya adalah bagaimana memberikan perhatian kepada lingkungannya, terhadap dampak yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan. Tanggung Jawab Sosial di masyarakat meningkat dan baru-baru ini, penelitian tentang tanggung jawab sosial mengungkapkan adanya pertumbuhan dari berbagai instrumen yang bertujuan untuk meningkatkan, menilai dan mengkomunikasikan praktek tanggung jawab sosial (Lungu *et al*, 2011).

Program CSR menjadi modal oleh perusahaan untuk perkembangan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan tidak lagi dilihat seperti sarana biaya (*cost centre*) tetapi sebagai sarana mengait laba (*profit centre*). Program CSR juga mewujudkan kewajiban perusahaan untuk membantu terwujudnya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Masyarakat juga mempersoalkan apakah perusahaan yang mengarah pada usaha yang mengoptimalkan keuntungan-keuntungan ekonomis mempunyai tanggung jawab moral untuk menyalurkan labanya untuk mengembangkan masyarakat lokal, dikarenakan dengan berjalannya waktu masyarakat tidak hanya sekedar mendesak perusahaan untuk memasok barang dan jasa yang dibutuhkan, tetapi juga mengharuskan untuk bertanggung jawab sosial (Rindawati dan Asyik, 2015).

Perusahaan hendak mengeluarkan sejumlah anggaran untuk memenuhi tindakan tanggung jawab sosialnya sehingga memotong pendapatan dalam perusahaan. Tetapi seiring berjalannya waktu, perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial akan menghasilkan loyalitas konsumen yang lebih besar terutama dalam hal produk-produk yang bersifat ramah lingkungan untuk komunitas sosialnya (Lungu *et al*, 2011).

Telah banyak penelitian terdahulu yang melakukan penelitian terkait dengan *Corporate Sosial Responsibility Disclosure* (CSRD), namun hasil penelitian satu dengan yang lainnya memiliki keragaman hasil. Hal ini dikarenakan perusahaan mempunyai karakteristik yang berbeda dengan lainnya. Penelitian kali ini akan menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* menggunakan tiga variabel bebas yaitu profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan.

2. Tinjauan Pustaka

Teori stakeholder

Stakeholder adalah sebuah kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pendapatan tujuan organisasi (Rokhlinasari 2016). Teori *Stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang sekedar beroperasi bagi keperluan sendiri namun harus berupaya memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* yang terdiri dari pemegang saham, karyawan, masyarakat. Dengan demikian, eksistensi suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut (Herawati 2012).

Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR

Menurut Herawati (2015) profitabilitas memberikan keyakinan kepada perusahaan untuk melakukan pengungkapan sukarela tersebut. Semakin tingginya tingkat profitabilitas dapat mendorong perusahaan untuk membuktikan tanggung jawab sosial perusahaan untuk memperoleh legitimasi dan pandangan positif dari *stakeholder*. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan memberikan kelonggaran kepada manajemen untuk melaksanakan dan mengungkapkan CSR. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah akan begitu mempertimbangkan pelaksanaan dan pengungkapan CSR, karena khawatir akan mengganggu

operasional perusahaan, maka perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan CSR.

Beberapa penelitian yang dilakukan oleh Ekowati dkk (2014), Santioso dan Chandra (2012), Rindawati dan Asyik (2015), dan Rohman (2015) mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR

Pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan CSR

Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi akan memperoleh banyak perhatian dapat diperkirakan perusahaan yang memiliki harapan pertumbuhan yang lebih tinggi mengarah lebih banyak dilakukannya *Corporate Social Responsibility Disclosure* (Sari, 2012).

Perusahaan yang sedang memperoleh perhatian cenderung menginginkan kesan yang baik di mata masyarakat, salah satunya dengan penerapan CSR. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H2: Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR

Bagaimana mutu perusahaan akan mempengaruhi pengungkapan informasi dalam laporan keuangan pada perusahaan tersebut. Secara umum perusahaan besar akan memberikan informasi lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan kecil. (Sulastini, 2007) dalam Trisnawati (2014).

Rindawati dan Asyik (2015) mengungkapkan bahwa semakin besarnya ukuran perusahaan bisa dianggap sama jika sebuah perusahaan mempunyai jumlah aset yang besar maka akan semakin besar pula anggaran yang dikeluarkan untuk kegiatan CSR. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR

3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian ekplanatory yang bertujuan untuk menguji hipotesis guna memperkuat atau memperlemah hasil penelitian yang sudah ada. Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, dengan kriteria: Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan tahunan lengkap secara berturut-turut dari tahun 2016-2018 di BEI, Perusahaan mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan perusahaan, tahun 2016-2018 secara berturut-turut, Perusahaan mengalami pertumbuhan penjualan positif secara berturut-turut dari tahun 2016-2018, Laporan keuangan dinyatakan dalam

satuan mata uang rupiah (Rp). Jenis data dalam penelitian ini yaitu data sekunder berupa laporan keuangan yang diperoleh dari website BEI (www.idx.co.id)

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), yang di proksikan dengan rumus:

$$\text{Pengungkapan CSR} = \frac{\text{Jumlah CSR disclosure yang diungkapkan}}{149 \text{ item SCR menurut GRI}}$$

Variable independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan. Variable Profitabilitas diproksi kan dengan return on total assets (ROA) dengan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}}$$

Variable pertumbuhan perusahaan dalam penelitian ini diproksi kan dengan penjualan perusahaan, dengan rumus:

$$\text{Growth} = \frac{\text{penjualan}_t - \text{penjualan}_{t-1}}{\text{penjualan}_{t-1}}$$

Variabel ukuran perusahaan di ukur dengan rumus:

$$\text{Size} = \log N (\text{Total Aset Perusahaan})$$

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk memperoleh keyakinan dan dapat menjelaskan karakteristik dari variabel yang digunakan atas situasi yang ada (Sekaran dan Bougie, 2009:105). Variabel dideskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari rata- rata, median, deviasi standar, nilai minimum, dan nilai maksimum. Pengujian ini dilakukan untuk mempermudah pemahaman variabel- variabel yang digunakan dalam penelitian.

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variable independent terhadap variabel dependen. Adapun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

- Y : Pengungkapan CSR
- X₁ : Profitabilitas
- X₂ : Pertumbuhan Perusahaan
- X₃ : Ukuran Perusahaan
- α : Konstanta
- β₁₋₅ : Koefisien
- ε : eror term
- e : error

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas, artinya antar variable independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan 1). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna di antara variable bebasnya. Uji Multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai VIF dan Tolerance pada hasil regresi, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.
2. Uji Autokorelasi, merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu atau tempat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan pada uji Durbin-Watson sebagai berikut:
 - $DU < DW < 4-DU$ maka H_a ditolak, artinya tidak terjadi autokorelasi
 - $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_a diterima, artinya terjadi autokorelasi
 - $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.
3. Uji Heteroskedastisitas, merupakan varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan didalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi Heteroskedastisitas. Berikut dilakukan Uji Heteroskedastisitas, dengan metode grafik, yaitu dengan melihat pola titik- titik pada grafik regresi. Jika ada pola tertentu, seperti titik- titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas. Namun jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik- titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.
4. Uji Normalitas, Uji Normalitas Residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Metode yang digunakan adalah metode grafik, yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal P- P plot of regresi of standardized. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik- titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka nilai residual tersebut telah normal.

Selanjutnya jika sudah memenuhi asumsi klasik dilakukan kan uji kebaikan model yang meliputi uji koefisien determinasi (R^2) dan F statistik. R^2 menunjukkan sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sementara uji F statistik digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Selanjutnya dilakukan uji validitas pengaruh (uji t) yaitu digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap CSR.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil penelitian

Objek penelitian yang digunakan semua perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2018. Dari jumlah perusahaan yang terdaftar di BEI, hanya 27 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel penelitian yang telah ditetapkan. Periode pengamatan penelitian ini adalah 3 tahun sehingga jumlah laporan tahunan yang diobservasi adalah 81 laporan tahunan.

Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, minimum.

Tabel 1. Uji statistik deskriptif

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
ROA	81	0,004	0,921	0,120	0,152577
<i>Growth</i>	81	-0,438	2,462	0,248	0,475979
<i>Size</i>	81	26,31	31,86	28,99	1,412018
CSR	81	0,287	0,560	0,400	0,062197

Berdasarkan data pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa variabel ROA mempunyai nilai standar deviasi > nilai rata-rata ($0,152 > 0,120$) artinya bahwa data memiliki variasi yang cukup. Variable growth mempunyai nilai standar deviasi > nilai rata-rata ($0,475 > 0,248$) artinya bahwa data memiliki variasi yang cukup. Variabel size mempunyai nilai standar deviasi < nilai rata-rata ($1,412 < 28,99$) artinya bahwa data memiliki variasi yang kurang dan variable CSR mempunyai nilai standar deviasi < nilai rata-rata ($0,062 > 0,4$) artinya bahwa data memiliki variasi yang kurang.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas.

Nilai tolerance semua variabel bebas lebih besar dari 0,10, dan nilai VIF semuanya kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengindikasikan adanya multikolinieritas.

b. Uji Autokorelasi

Nilai Durbin-Watson dari penelitian ini adalah sebesar 2,047 dan besarnya nilai DU sebesar 1,7438. Sedangkan besarnya nilai 4-DU sebesar 2,2562 sehingga Karena nilai $DU < DW < 4-DU$ ($1,7438 < 2,047 < 2,2562$) maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

c. Uji Heterokedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pola grafik scatterplot. Hasil dari grafik scatterplot titik menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan Kolmogorov Smirnov Test, dengan kriteria jika nilai probabilitas > 0,05, maka data tersebut berdistribusi normal.

Pengujian koefisiensi korelasi dan determinasi

Tabel 2. Uji koefisien korelasi

<i>Model</i>	<i>Adjusted R Square</i>
1	0,218

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,218 yang artinya variabel profitabilitas (Profit), ukuran perusahaan (Size), pertumbuhan perusahaan (growth) dengan variabel CSR sebesar 21,80 dan sisanya 78,20% dipengaruhi variable lain.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 3. Uji kelayakan model (Uji F)

Keterangan	<i>F hitung</i>	<i>F tabel</i>	<i>Sig</i>	Keterangan
Uji F	23,282	2,48	0,001 ^b	Model layak

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa nilai F_{hitung} lebih besar nilai F_{tabel} yaitu $23,282 > 2,48$ dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Yang artinya variabel profitabilitas (Profit), ukuran perusahaan (Size), pertumbuhan perusahaan (growth) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel CSR

Uji validitas pengaruh atau uji Hipotesis

Hasil persamaan regresi untuk menjawab hipotesis 1, 2 dan 3 sebagaimana Tabel 4.

Tabel 4. Hasil uji regresi berganda

Model	Koefisiensi	T hitung	T tabel	Sig
Konstanta	0,785			
ROA	0,025	0,586	1,991	0,560
Growth	-0,018	-1,288	1,991	0,202
Size	-0,011	-2,056	1,991	0,031

Berdasarkan hasil tersebut dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,785 + 0,025 \text{ ROA} - 0,018 \text{ Growth} - 0,011 \text{ Size}$$

1. Nilai t hitung variable profitabilitas sebesar 0,586 dengan nilai signifikansi 0,560 berarti nilai $\text{sig} > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan variable profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
2. Nilai t hitung variable pertumbuhan perusahaan sebesar -0,018 dengan nilai signifikansi 0,202 berarti nilai $\text{sig} > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan variable pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
3. Nilai t hitung variable ukuran perusahaan sebesar -0,056 dengan nilai signifikansi 0,031 berarti nilai $\text{sig} < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan variable ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

4.2. Pembahasan

Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR

Variable profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti perusahaan akan tetap mengungkapkan tanggung jawab sosialnya tanpa memperhatikan besar kecilnya laba yang dihasilkan dengan kata lain variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Hal ini didukung dengan pendapat 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 berinvestasi di perusahaan tersebut (Trisnawati, 2014).

Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi merasa tidak perlu mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaannya, dengan asumsi para pembaca laporan tahunan sudah tertarik dengan pencapaian kinerja keuangan perusahaan yang baik, dalam hal ini profitabilitas. Sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan hanya untuk memenuhi peraturan saja. Karena adanya UU No. 25 tahun 2007 pasal 15 (b) dan PP No. 47 tahun 2012 yang mengatur tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga tanggung jawab sosial perusahaan merupakan program tahunan yang harus dilakukan perusahaan.

Oleh karena itu, besar kecilnya profitabilitas tidak berpengaruh terhadap luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Trisnawati (2014) dan Al-Baab (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR).

Pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan CSR

Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Corporate Social Responsibility merupakan isu yang baru dan kualitasnya tidak mudah diukur serta kebanyakan orientasi investor lebih tertuju kepada kinerja jangka pendek.

Citra positif perusahaan akan meningkatkan keberpihakan perusahaan kepada stakeholders sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan masyarakat kepada perusahaan untuk membeli produknya dan dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan (sales growth). Tetapi pada umumnya perusahaan melakukan CSR hanya sebagai bagian dari iklan dan menghindari untuk memberikan informasi yang relevan. Kebanyakan investor berorientasi pada kinerja jangka pendek dengan berorientasi kepada keuntungan (profit) pada tahun berjalan, sedangkan CSR dianggap berpengaruh pada kinerja jangka menengah dan jangka panjang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012) dan Tasya (2017) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin luas pula pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi biaya keagenan dan perusahaan akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil.

Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Usada (2017), Felicia dan Rasmini (2015) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

5. Kesimpulan

Penelitian bertujuan untuk menguji secara empiris factor-faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2018. Hasil analisis menunjukkan profitabilitas, pertumbuhan perusahaan (growth) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan ukuran perusahaan (size) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sampel yang diambil hanya 1 perusahaan manufaktur. Tidak semua perusahaan mengungkapkan jumlah dana yang didistribusikan secara lengkap pada kegiatan CSR. Oleh karena itu penelitian selanjutnya diharap bisa menggunakan sampel yang lebih variatif dan periode penelitian ditambah.

Ucapan Terimakasih

Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada civitas akademika Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesai yang telah banyak membantu dan mendorong penyelesaian penelitian ini.

Referensi

- Al-baab, M. M., dan Yunia, D. 2017. Pengaruh Management Tenure , Executive Gender Diversity Dan Institutional Ownership Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD) (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Simposium Nasional akuntansi XX, jember 2017*.
- Felicia, M., & Rasmini, N. K. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan yang terdaftar di BEI. *E-Jurnal Akuntansi*, 12(2), 143-153.
- Lungu, C. I., Caraiani, C., & Dascălu, C. (2011). Research on corporate social responsibility reporting. *Amfiteatru Economic Journal*, 13(29), 117-131.
- Rindawati dan Asyik. 2015. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Kepemilikan Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)". *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*. 4.6 (2015).

- Santoiso dan Chandra. 2012. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Umur Perusahaan, dan Dewan Komisaris Independen dalam Pengungkapan Corporate Social Responsibility". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 19.1 (2012): 17-30.
- Sari, Rizky Anggita. 2012. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal Nominal* 1.1 (2012): 124-140.
- Susilatri, S., Agusti, R., & Indriani, D. (2011). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Size, Umur Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Listing di BEI Tahun 2004-2008). *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, 3(01), 8967.
- Tasya, E. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Tahun 2010-2014 Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akuntansi*, 4(1).
- Trisnawati, Rina. 2014. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Ukuran Dewan Komisaris dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Industri Perbankan di Indonesia". *Seminar Nasional Dan Call For Paper FEB UMS*.
- Usada, W., & Agus Endro Suwarno, M. (2017). *Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2013-2015)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).