

**PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL DAN PERILAKU BELAJAR  
TERHADAP PRESTASI BELAJAR AKUNTANSI MAHASISWA PROGRAM STUDI  
PENDIDIKAN AKUNTANSI UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

**Ronal Ade Saputra<sup>1</sup>**  
Pendidikan Akuntansi FKIP  
Universitas PGRI Madiun  
Ronaldesaputra1@gmail.com

**Supri Wahyudi Utomo<sup>2</sup>**  
Pendidikan Akuntansi FKIP  
Universitas PGRI Madiun  
supriutomo@yahoo.co.id

**Juli Murwani<sup>3</sup>**  
Pendidikan Akuntansi FKIP  
Universitas PGRI Madiun  
Jmurwani@unipma.ac.id

**ABSTRAK**

Penelitian ini menguji pengaruh karakteristik perusahaan yang diproksi dalam ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap *CSR*. Populasi penelitian berjumlah 540 perusahaan. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dan yang terpilih sebanyak 13 perusahaan. Data yang digunakan adalah data sekunder dengan mengumpulkan laporan tahunan perusahaan dari situs BEI. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 25.0. Uji hipotesis yang digunakan uji koefisien determinasi, uji signifikansi simultan, dan uji signifikansi parameter individual. Hasilnya adalah ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap *CSR*, profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap *CSR* dan bersama-sama ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap *CSR*

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, Ukuran perusahaan, Profitabilitas

**PENDAHULUAN**

Perusahaan merupakan suatu bentuk organisasi atau suatu tempat yang kegiatannya mengolah bahan baku menjadi bahan jadi yang siap untuk dijual kepada pelanggan. Agar perusahaan dapat beroperasi dalam jangka panjang perusahaan harus mampu memiliki strategi untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan semata, tetapi juga harus melakukan strategi yang bisa mempertahankan kelanjutan usahanya.

Jadi perusahaan selain mencari keuntungan juga harus memperhatikan tingkat kesejahteraan karyawan dan juga harus memperhatikan bagaimana dampak beroperasinya perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Jika perusahaan hanya berorientasi pada laba dan tidak memikirkan dampaknya bagi lingkungan sekitar, otomatis hanya bisa bertahan dalam jangka pendek. Perusahaan memang memberikan banyak dampak positif seperti lapangan kerja, tapi perusahaan juga memberikan dampak negatif seperti menimbulkan polusi udara, kebisingan, diskriminasi, dan bentuk negatif lainnya. Berdasarkan hal tersebut, muncul kebutuhan bagi perusahaan untuk dapat berinteraksi dan beradaptasi dengan seluruh *stakeholder* agar mendapatkan kepercayaan yang dikaitkan dengan budaya perusahaan dan etika bisnis dalam bentuk tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk komitmen perusahaan untuk bertindak secara etis terhadap pemangku kepentingan secara langsung maupun tidak langsung dengan tujuan dapat meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan dengan mempertimbangkan berbagai aspek baik itu dari aspek sosial, ekonomi dan lingkungan dari aktivitas perusahaan.

Santioso (2012) menyatakan CSR juga telah mendapat sorotan dari pemerintah diantaranya dengan dikeluarkannya UU No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas, yang disahkan pada 20 juli 2007. Masyitah (2016) mengatakan laporan keuangan merupakan suatu alat yang digunakan oleh manajemen untuk melakukan pertanggungjawaban kinerja ekonomi perusahaan kepada para investor, kreditur, dan pemerintah. Pengungkapan laporan keuangan dapat dikelompokan dalam pengungkapan yang sifatnya wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan yang sifatnya sukarela (*voluntary disclosure*). Ratnasari (dalam Rohmah, 2015) menyatakan bahwa CSR adalah salah satu faktor penting untuk meningkatkan nilai perusahaan, maka perusahaan perlu mempertimbangkan CSR sebagai salah satu aspek daya tarik bagi investor selain kinerja keuangan perusahaan. investor cenderung tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan keuangan, dimana pelapor keuangan merupakan media bagi manajemen perusahaan dalam memberikan informasi kinerja keuangan entitas yang bermanfaat untuk *stakeholders*. Selain pelaporan keuangan sebagai media pengungkapan tanggung jawab perusahaan, perkembangan pelaksanaan CSR mendorong perusahaan untuk mengungkapkan sebuah laporan yang tidak hanya berpijak pada kondisi keuangan saja tetapi juga menyediakan informasi lingkungan dan sosial yang kemudian disebut laporan keberlanjutan atau *sustainability report*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR baik secara parsial maupun secara simultan.

### **Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)**

Teori pemangku kepentingan merupakan suatu bentuk teori yang melandasi adanya suatu bentuk tanggung jawab dari perusahaan untuk mensejahterakan dan memprioritaskan para pemangku kepentingan di dalam perusahaan. Nur (2012) mengatakan teori *stakeholder* adalah bahwa *stakeholder* adalah sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengakui sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis. Jadi dapat disimpulkan bahwa *stakeholder* merupakan semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi ataupun di pengaruh, baik secara langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan.

### **Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)**

Teori legitimasi adalah kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat, dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Teori legitimasi menurut Lindblom (dalam Nur, 2012) menjelaskan bahwa suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimasi. Oleh karena itu, untuk menghadapi kegagalan kinerja perusahaan seperti kecelakaan yang serius atau skandal keuangan organisasi. Teori legitimasi dalam bentuk umum memberikan pandangan yang penting terhadap praktek pengungkapan sosial perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa legitimasi merupakan perusahaan dimata *stakeholder* merupakan faktor signifikan untuk mendukung citra dan reputasi perusahaan dimata *stakeholder*.

### **Teori Kontrak Sosial (Social Contract Theory)**

Kontrak sosial di buat untuk sebagai media untuk mengatur tatanan sosial kehidupan masyarakat. Menurut Nor Hadi (dalam Nur, 2012) Teori ini muncul karena adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian, dan keseimbangan, termasuk dalam lingkungan. Jadi dapat disimpulkan bahwa kontrak sosial adalah hubungan antara perusahaan dan masyarakat dimana perusahaan memiliki kewajiban kepada masyarakat untuk memberi kemanfaatan bagi masyarakat setempat.

### **Pelaporan dan Dimensi *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Program CSR memang sangat dibutuhkan oleh berbagai pihak demi menilai kinerja dari perusahaan. CSR merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada pihak *stakeholdersnya* agar tercipta suatu aktivitas yang fokus pada tiga aspek utama yaitu aspek sosial, aspek ekonomi, dan aspek lingkungan. pelaporan *corporate social responsibility* adalah proses penyajian informasi yang bersifat sukarela tentang semua kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan kepada para *stakeholder* dengan tujuan agar mereka dapat melakukan pengambilan keputusan yang berguna untuk keberlangsungan perusahaan.

### **Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Ukuran perusahaan merupakan suatu analisis yang dapat digunakan untuk melakukan penilaian dan pengukuran terkait kinerja perusahaan. Untuk ukuran perusahaan (*size*) Sumilat (2017) menyebutkan perusahaan besar lebih cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi terutama mengenai informasi CSR, hal itu karena perusahaan besar lebih fokus untuk keberlangsungan perusahaan jangka panjang, maka penting untuk mengungkapkan CSR untuk menarik investor dan juga untuk memberikan citra yang baik bagi perusahaan di mata masyarakat. Semakin besar perusahaan semakin besar pula tingkat pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dikembangkan adalah:

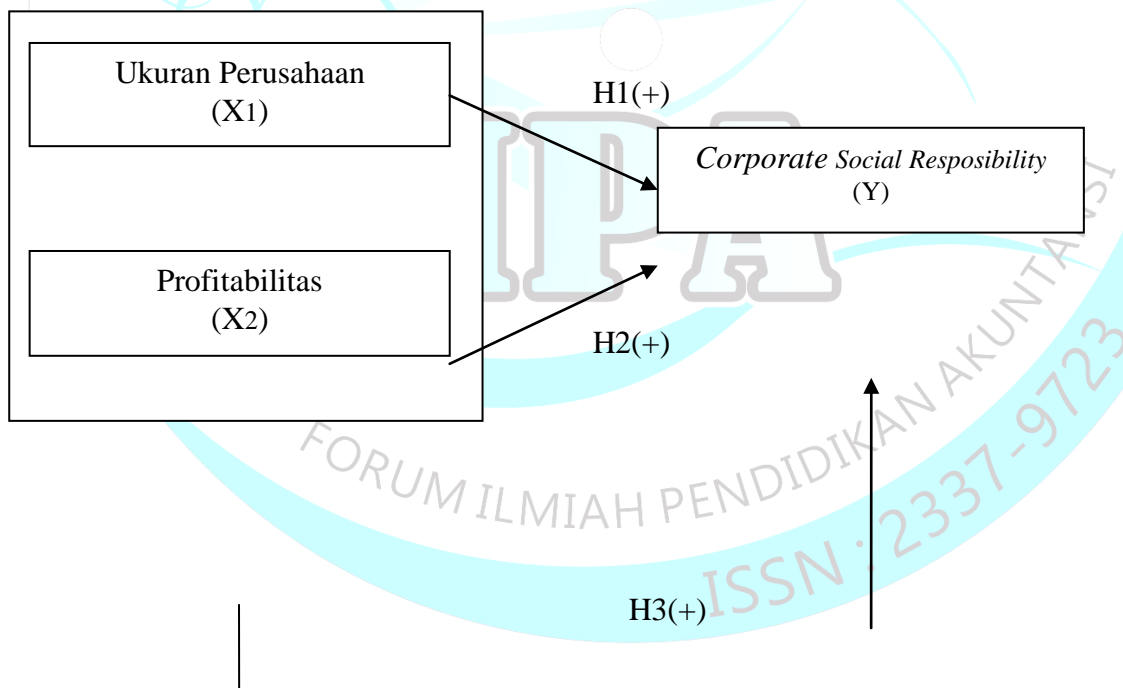
### **Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam satu periode dilihat pada tingkat penjualan, *asset*, dan modal. Dan keuntungan yang layak diterima oleh para pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak yang digunakan untuk menentukan kebijakan perusahaan. Menurut Watts dan Zimmerman (1986) dalam Rahayu (2014) perusahaan dengan profit yang lebih tinggi memiliki kecenderungan untuk melakukan intervensi kebijakan. Oleh karena itu, perusahaan tersebut akan terdorong untuk mengungkapkan informasi yang lebih rinci dalam laporan tahunan mereka dalam rangka mengurangi biaya politik dan menunjukkan kinerja keuangan kepada publik. Hubungan antara

pengungkapan sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan menjadi acuan perusahaan tentang apa yang perlu dilakukan untuk menghasilkan laba. Dewi (2013) menyatakan semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang dapat diolah atau dianalisis menggunakan metode kuantitatif. Desain penelitian ini menggunakan hubungan asimetris (kausal). Variabel X yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan dan profitabilitas. variabel Y adalah Pengungkapan CSR melalui pengujian hipotesis. Adapun desain pada penelitian ini adalah sebagai berikut.



Berdasarkan desain penelitian diatas, maka dapat diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap *corporate social responsibility*

H2: Ada pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*

H3: Ada pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*

Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 540 perusahaan dengan berbagai sektor yang terdapat dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling. Dari kriteria *purposive sampling*, maka peneliti mendapatkan 13 perusahaan dari berbagai sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2016, sehingga jumlah laporan yang diteliti adalah 52 data laporan.

Jenis data pada penelitian ini adalah data deret kerkala (*time series*). Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Instrumen penelitian dalam penelitian ini terdiri dari:

Ukuran Perusahaan  $Size = \text{Logaritma natural (total aset)}$

Profitabilitas  $ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$

CSR  $CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, analisis inferensial meliputi (uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda), dan uji

hipotesismeliputi (uji koefisien determenasi, uji signifikansi *simultan*, dan uji signifikansi parameter individual).

## HASIL PENELITIAN

### Statistik Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SIZE	52	9,3476	12,7929	10,807114	,9812577
ROA	52	-,0352	,2014	,068922	,0609762
CSR	52	1,0225	10,1111	3,158022	1,7980446
Valid N ( <i>listwise</i> )	52				

Dari tabel hasil uji statistik deskriptif di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut.

- Output tampilan SPSS di atas menunjukkan jumlah responden (N) ada 52. Nilai minimum *SIZE* perusahaan sebesar 9,3476. Nilai maksimum menunjukkan nilai rata-ratanya tertinggi dimana nilai maksimum tingkat *SIZE* sebesar 12,7929. Nilai rata-rata variabel *SIZE* sebesar 10,807114. Nilai standart deviasi dari *SIZE* sebesar 0,9812577. Standart deviasi *SIZE* perusahaan menunjukkan nilai yang lebih kecil dari pada nilai rata-ratanya sehingga variasi atau perbedaan data menunjukkan hasil baik. Hal ini

mengindikasikan bahwa rendahnya fluktuasi data, sehingga berdampak pada pengolahan variabel *SIZE* yang menunjukkan data terdistribusi secara normal.

- b. Nilai minimum menunjukkan nilai rata-rata terendah dimana nilai minimum ROA sebesar -0,0352. Nilai maksimum menunjukkan nilai rata-rata tertinggi dimana nilai maksimum ROA sebesar 0,2014. Nilai rata-rata ROA sebesar 0,068922. Nilai standart deviasi dari ROA sebesar 0,0609762. Standar deviasi menunjukkan nilai yang lebih kecil dari pada nilai rata-ratanya sehingga variasi atau perbedaan data menunjukkan hasil yang baik. Hal ini mengindikasikan bahwa rendahnya fluktuasi data, sehingga berdampak pada pengolahan variabel ROA yang menunjukkan data terdistribusi secara normal.

- c. Nilai minimum menunjukkan nilai rata-rata terendah dimana nilai minimum CSR sebesar 1,0225. Nilai maksimum menunjukkan nilai rata-rata tertinggi dimana nilai maksimum CSR sebesar 10,1111. Nilai rata-rata CSR sebesar 3,158022. Nilai standart deviasi dari CSR sebesar 1,7980446. Standart deviasi CSR menunjukkan nilai yang lebih kecil dari pada nilai rata-ratanya sehingga variasi atau perbedaan data menunjukkan hasil baik. Hal ini mengindikasikan bahwa rendahnya fluktuasi data, sehingga berdampak pada pengolahan variabel CSR yang menunjukkan data terdistribusi secara normal.

### Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Tabel 2 Hasil Uji Statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov*

#### *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		52
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	,0000000



	<i>Std. Deviation</i>	,05363221
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,175
	<i>Positive</i>	,175
	<i>Negative</i>	-,116
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		,530
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,985
<i>a. Test distribution is Normal</i>		

Pada uji normalitas residual dikatakan data terdistribusi normal, jika nilai signifikan residual lebih besar dari 0,05. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka data tidak normal. Dilihat dari tabel 4.4. di atas diketahui nilai *Kolmogrov-Smirnov* sebesar 0,530 sedangkan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,985. Nilai signifikan residual yaitu  $0,985 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal.

### Uji Multikolinieritas

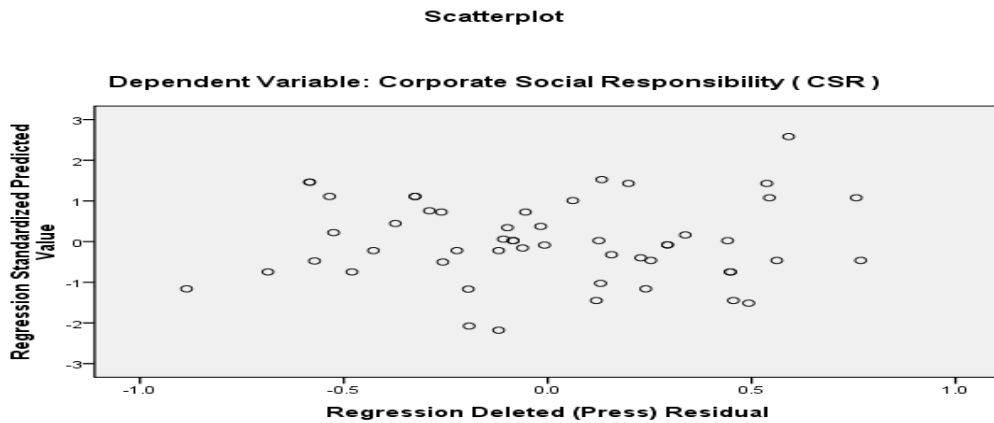
Tabel 3 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan	
	<i>Tolerance</i>	VIF		
(Constant)				
1	<i>SIZE</i>	.731	1.369	Tidak Terjadi Multikolinieritas
	ROA	.773	1.294	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat nilai VIF, untuk *SIZE* memiliki nilai VIF senilai  $1,369 < 10$  dan nilai *Tolerance* senilai  $0,731 > 0,10$  maka tidak terjadi multikolinieritas.

ROA memiliki nilai VIF senilai  $1,294 < 10$  dan nilai *Tolerance* senilai  $0,773 > 0,10$  maka disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1 Gambar Uji *Scatterplots*

Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam regresi linier. Selain melihat dari Gambar 1, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji *glejser* yang terjadi pada tabel 4

Tabel 4 Hasil Uji *Glejser* dengan Program SPSS

Model		T	Sig.	Keterangan
1	(Constant)	.000	1.000	
	SIZE	.000	1.000	Tidak Terjadi heteroskedastisitas
	ROA	.000	1.000	Tidak Terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat dari nilai signifikansi, untuk *SIZE* memiliki nilai sig. senilai  $1,000 > 0,05$  maka menunjukkan hasil tidak terjadi heteroskedastisitas. Variabel ROA memiliki nilai sig. senilai  $1,000 > 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas. hal ini sesuai pendapat Ghozali (2013) dan Priyatno (2013), dimana jika nilai signifikansi setiap variabel dengan uji *glejser* diatas 0,05 dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Autokorelasi

Tabel 5 Hasil Uji Autokorelasi

Koefisiensi	Kriteria			Keterangan
	D-W	$d_u$	$4-d_u$	
1.522	1.474	1.522	1.633	Tidak terdapat autokorelasi positif atau negatif

Berdasarkan tabel 5 terdapat nilai DW sebesar 1.522. Nilai dU untuk signifikansi 0,05 dengan  $n-2$  adalah 50 dan  $k = 2$  adalah 1,474 dan nilai  $4-dU$  sebesar 1,633. Oleh karena itu persamaan tersebut dapat dituliskan yaitu  $(1,474 < 1,522 < 1,633)$ . Nilai DW berada diantara nilai dU dan  $4-dU$  sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

### Hasil Pengujian Hipotesis

#### Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Regresi Linier Berganda

<i>Coefficients<sup>a</sup></i>
---------------------------------

<i>Model</i>	<i>Unstandardized</i>		<i>Standardized</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
	<i>Coefficients</i>				
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
<i>(Constant)</i>	.614	.476		3.388	.000
1 Ukuran Perusahaan	.515	.075	.560	6.886	.217
Profitabilitas	.472	.087	.441	5.424	.008

*a. Dependent Variable: Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan tabel 6 persamaan linier dari hasil regresi adalah

$Y = 0,614 + 0,515X_1 + 0,472X_2 + u_i$ . Persamaan regresi dapat dijelaskan sebagai berikut

- a. Konstanta sebesar 0,614 menyatakan bahwa, jika semua variabel bebas yaitu ukuranperusahaan dan profitabilitas pada perusahaan memiliki nilai nol (0) maka nilai variabel terikat yaitu pengungkapan CSR sebesar 0,614. Artinya tanpa adanya variabel independen yaitu ukuranperusahaan dan profitabilitas maka besarnya kontribusi variabel dependen yaitu pengungkapan CSR konstan sebesar 0,614
- b. Koefisien regresi variabel ukuranperusahaan adalah sebesar 0.515 artinya apabila variabel ukuranperusahaan ditingkatkan sebesar satu persen, maka akan berpengaruh pada penurunan pengungkapan CSR sebesar 0,515 dan menganggap variabel lain yaitu profitabilitas diasumsikan konstan.
- c. Koefisien regresi variabelprofitabilitas sebesar 0.472 artinya apabila variabel profitabilitas ditingkatkan sebesar satu persen, maka akan berpengaruh pada peningkatan pengungkapan CSR sebesar 0,472 dan menganggap variabel lain yaitu ukuranperusahaan diasumsikan konstan.

## Uji Hipotesis

### Uji koefisiensi determinan

Besarnya koefisien determenasi dapat dilihat pada *Adjust R Square* dan dinyatakan dalam bentuk presentase. Hasil koefisien determenasi antara ukuranperusahaan, dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 7 hasil Uji Koefisien Determenasi

<i>Model Summary<sup>b</sup></i>					
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	.874 <sup>a</sup>	.764	.754	.38096	1.850

*a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas*

*b. Dependent Variable: CSR*

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat nilai *adjust R Square* adalah 0,754 hal ini berarti 75,4% perubahan variabel pengungkapan CSR (Y) disebabkan oleh perubahan variabel ukuranperusahaan, dan profitabilitas, sedangkan sisanya 24,6% pengungkapan CSR dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

#### **Uji signifikansi parameter individual (Uji Statistik t)**

Berdasarkan pengujian yang dilakukan pada tabel 6 mengenai pengaruh ukuranperusahaan dan ROA secara parsial terhadap pengungkapan CSR. Hipotesis aternatif yang digunakan dalam pengujian koefisien model regresi secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut.

Hipotesis alternatif (H1) bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuranperusahaan secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil uji regresi menunjukkan nilai signifikansi (Sig) untuk variabel ukuranperusahaan sebesar 0,217 lebih besar > 0,05 dan t hitung > t table sebesar 6,886 < 2,009, sehingga dapat disimpulkan (Ho) diterima. Karenanilai signifikansi dari ukuranperusahaan diatas 0,05 dan t hitung lebih dari t tabel, maka sesuai dengan pendapat Ghozali (2013) dapat dinyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh tidak secara signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Hipotesis alternatif (H2) bertujuan untuk mengetahui pengaruh ROA secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil uji regresi menunjukkan nilai signifikansi (Sig) untuk profitabilitas 0,008 lebih kecil < dari 0,05 dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar 5,424 > 2,009, sehingga dapat disimpulkan ( $H_0$ ) ditolak. Karena nilai signifikansi dari variabel ROA dibawah 0,05 dan  $t_{hitung}$  lebih dari  $t_{tabel}$ , maka sesuai dengan pendapat Ghozali (2013) dapat dinyatakan bahwa Profitabilitas mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

### Uji signifikansi simultan (Uji Statistik F)

Tabel 8 Hasil Uji F

<i>ANOVA<sup>b</sup></i>						
<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>	
1	<i>Regression</i>	22.966	2	11.483	79.121	.000 <sup>a</sup>
	<i>Residual</i>	7.112	49	.145		
	<i>Total</i>	30.078	51			

*a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas*

*b. Dependent Variable: CSR*

Berdasarkan Tabel 8 menunjukkan nilai signifikansi (Sig) Untuk *regression* ukuran perusahaan dan profitabilitas 0,000 lebih kecil < dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak. Maka sesuai dengan pendapat Ghozali (2013) dapat dinyatakan bahwa secara bersama-sama tentang ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh secara signifikan atau nyata terhadap *Corporate Social Responsibility* perusahaan.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Hasil penelitian pada perhitungan yang telah dilakukan di atas menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan peneliti yaitu Ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap *corporate social responsibility*.

Ukuran perusahaan merupakan karakteristik penilaian oleh masyarakat terkait tingkat besar atau kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dikatakan sebagai keberhasilan dan keberlangsungan atas usaha yang dijalankan oleh perusahaan. Semakin besar dan kompleks usaha yang ada maka perusahaan akan semakin baik dan dikatakan sebagai ukuran perusahaan berkategori besar. Menurut penelitian Masyitah (2016) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari besar kecilnya modal yang digunakan, total aktiva yang dimiliki atau total penjualan yang diperoleh.

Sumilat (2017) menjelaskan perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki lebih banyak pemegang saham yang punya perhatian terhadap program sosial dan laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi ini. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat. Menurut penelitian Rahayu (2014) menjelaskan bahwa semakin besar suatu perusahaan akan semakin disorot oleh para *stakeholder*. Dalam kondisi demikian perusahaan membutuhkan upaya yang lebih besar untuk memperoleh legitimasi *stakeholders* dalam rangka menciptakan keselarasan nilai-nilai sosial dari kegiatannya dengan norma perilaku yang ada dalam masyarakat.

Penyampaian informasi *corporate social responsibility* tanpa adanya kesadaran langsung dari perusahaan dan rasa sosial yang tinggi tidak akan memberikan manfaat yang berarti bagi semua pihak. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Oktariani dan Mimba (2014) yang menunjukkan tidak ada keterkaitan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR. Pengungkapan dan penyampaian informasi CSR akan memberi dampak positif yang besar apabila berawal dari adanya kesadaran perusahaan. Baik perusahaan besar ataupun kecil memiliki cara pandang tersendiri dalam memandang program CSR itu penting atau tidak dilakukan oleh perusahaan. Cara pandang inilah yang

akhirnya memutuskan apakah perusahaan akan melaksanakan praktik CSR atau tidak. Selain itu aspek ukuran perusahaan tidak termasuk dalam kategori penyampaian dan pengungkapan yang disyaratkan pedoman GRI.

Pengungkapan tanggung jawab sosial seharusnya tidak hanya didasarkan atas kepatuhan terhadap suatu kebijakan namun harus berawal dari kesadaran masing-masing perusahaan. Perusahaan yang kurang sadar dalam menyampaikan seluruh informasinya tentu dalam proses pelaporan informasi tersebut hanya bertujuan untuk pencitraan atau hanya dilaksanakan demi mendapatkan keuntungan bagi perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian masih didominasi oleh perusahaan perbankan berstatus BUMN sehingga kegiatan operasionalnya dikontrol oleh pemerintah secara langsung. Selain itu dengan status tersebut memudahkan masyarakat secara luas untuk melakukan peninjauan dan penilaian baik buruknya perusahaan. Perusahaan berstatus BUMN akan tunduk dan patuh pada peraturan yang dibuat oleh pemerintah termasuk ketika melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosialnya. Segala kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah akan dijadikan sebagai acuan perusahaan dalam menjalankan kegiatannya.

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR**

Hasil pada perhitungan yang dilakukan diatas menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan peneliti yaitu Ada pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*.

Profitabilitas menunjukkan rasio yang digunakan untuk melakukan analisis kinerja keuangan di perusahaan. Menurut Rohmah (2015) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau profit. Dewi (2013) menyatakan semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian dari Purba dan Yadnya (2015) yang menjelaskan bahwa perusahaan yang mendapatkan laba besar maka akan mendapat dampak positif dan dukungan dari lingkungan sekitar dalam penerapan CSR dan informasi lain yang dibutuhkan. Informasi yang disusun dengan benar, transparan dan sukarela akan lebih membawa manfaat yang positif untuk semua pihak yang



berkepentingan. Informasi yang dilaporkan harus mencakup informasi keuangan dan non keuangan.

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan yang melaporkan informasi *corporate social responsibility* secara sukarela kepada semua pihak memiliki strategi dalam pengendalian biaya yang muncul. Namun melalui laba yang besar akan lebih memudahkan perusahaan untuk mengontrol dan mengendalikan biaya pelaporan dan penyampaian semua informasi termasuk kegiatan CSR perusahaan. Semakin besar profitabilitas yang diperoleh maka semakin luas pengungkapan seluruh informasi di perusahaan termasuk informasi CSR. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa ketika perusahaan memperoleh laba yang tinggi maka ada suatu tekanan dari pihak eksternal untuk melaporkan dan mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosialnya. Selain profitabilitas merupakan salah satu aspek penilaian penerapan CSR dalam kategori ekonomi secara langsung yang diukur dari laba atau keuntungan yang diperoleh perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR di perusahaan.

#### **Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap pengungkapan CSR**

Hasil penelitian yang dilakukan di atas menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan yaitu Ada pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*.

Ukuran perusahaan merupakan karakteristik penilaian oleh masyarakat terkait tingkat besar atau kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan yang berkategori besar dapat dilihat dari jumlah *asset* atau jumlah penjualan yang ada di perusahaan. Oktariani dan Mimba (2014) menjelaskan semakin banyak jumlah aset maka akan semakin banyak pengungkapan CSR yang akan dilakukan perusahaan. Melalui pengungkapan tersebut akan membawa pengaruh terhadap kompleksitas kegiatan yang terjadi di perusahaan.

Kompleksitas dan beragamnya kegiatan yang dijalankan perusahaan akan berpengaruh pada peningkatan penjualan. Apabila penjualan meningkat maka profitabilitas atau kemampuan mendapatkan keuntungan yang diperoleh perusahaan juga meningkat. Profitabilitas yang meningkat akan membawa pengaruh besar pada jumlah laba yang akan didapat perusahaan. Melalui laba yang tinggi perusahaan memiliki cukup dana untuk mengolah, menilai, mengelompokkan dan mengevaluasi segala informasi yang ada agar lebih bermanfaat dan mampu menyajikan seluruh informasi termasuk kegiatan CSR tersebut secara komprehensif. Hal ini menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas saling berkaitan dan mempengaruhi pengungkapan CSR.

Hal tersebut dikarenakan pengungkapan tanggung jawab social perusahaan terlihat dari kesadaran dan kondisi perusahaan untuk memberikan kontribusi yang besar kepada public sebagai bentuk keberlangsungan perusahaan.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan (*SIZE*) berpengaruh tidak secara signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Ukuran perusahaan merupakan karakteristik dari penilaian besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan bukan menjadi acuan yang utama dalam semua penyampaian dan pengungkapan informasi perusahaan termasuk CSR. Penyampaian informasi CSR harus berawal pada kesadaran langsung dari perusahaan dan rasa sosial yang tinggi terhadap lingkungan sekitar agar membawa dampak yang positif dan manfaat yang tepat.
2. Profitabilitas dengan proksi ROA berpengaruh secara signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Profitabilitas menunjukkan rasio yang digunakan untuk melakukan analisis kinerja keuangan perusahaan melalui laba yang dihasilkan. Semakin besar laba yang diperoleh perusahaan maka berpengaruh pada jumlah dana yang dimiliki perusahaan, sehingga akan mempengaruhi sistem pengelolaan dan pelaporan informasi yang dibutuhkan semua pihak serta pengendalian biaya yang muncul untuk pelaporan kegiatan CSR.

3. Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Kedua variabel tersebut menunjukkan terdapat hubungan yang penting dalam mempengaruhi pihak intern dan pihak eksternal untuk memiliki kepercayaan kepada perusahaan yang mengungkapkan dan melaporkan informasi kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dijalankan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta :Rineka Cipta
- Dermawan, D., & Deitiana, T. (2014). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility, *16*(2).
- Dewi, S. S., & Priyadi, M. P. (2013). Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI, *2*(3).
- Ghozali.(2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang :Undip
- Global Reporting Initiative* (Pedoman Penilaian GRI) tahun 2013
- Indra, I. B. G. W., & Yadnya P. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Kartini, D. (2013). *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*.

Kasmir.(2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta :RajawaliPers

Laporan Penilaian PROPER tahun 2015

Mardikanto, T. (2014). *Corporate Sosial Responsibility (Tanggung Jawab Sosial korporasi)*.

Masyitah, E. (2016). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Social (Social Disclosure) dalam Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, *1*, 52–70.

Nugraha, S. A. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility dalam Laporan Tahunan Perusahaan, *2*(10), 1–16.

Nur, M., & Priantina, D. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia), *1*.

Oktariani N. W., & Mimba N. P. S. H., (2014). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Tanggung Lingkungan Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Rahayu, R. S., & Cahyati, A. D. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perbankan Syariah, *5*(2), 74–87.

Rindawati, M. W., & Asyik, N. F. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Kepemilikan Publik terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), *4*(6).

Rohmah, D. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di dalam Laporan Sustainability (Studi Empiris pada Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013), *5*(2), 243–262.

Santioso, L., & Chandra, E. (2012). Pengungkapan Corporate Social Responsibility, *14*(1), 17–30.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung :Alfabeta

Sumilat, H., & Destriana, N. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility, *19*(1), 129–140.

Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

