

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, KINERJA KEUANGAN,
FINANCIAL LEVERAGE DAN MANAJEMEN LABA TERHADAP
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI 2016-2018**

Reynaldi Aziz*
Noor Shoodiq Askandar**
Dwiyani Sudaryanti ***

Universitas Islam Malang
Email : reynaldi.rio0804@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, *Financial Leverage* dan Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI 2016-2018. Berdasarkan data penghitungan didapatkan 61 perusahaan yang terpilih menjadi sampel. Hasil analisis menggunakan analisis regresi linier berganda menunjukkan Kinerja Keuangan dan *Financial Leverage* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* secara simultan. Secara parsial hasil pengujian menunjukkan Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, *Financial Leverage* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan Manajemen Laba tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Kata Kunci : Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, *Financial Leverage*,
Manajemen Laba, *Corporate Social Responsibility*.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Company Size, Financial Performance, Financial Leverage and Earnings Management on Disclosure of Corporate Social Responsibility in Manufacturing Companies Listed on the IDX 2016-2018. Based on the calculation data, it was found that 61 companies were selected as samples. The results of the analysis using multiple linear regression analysis show that Financial Performance and Financial Leverage have a significant effect on the disclosure of Corporate Social Responsibility simultaneously. Partially the test results show Company Size, Financial Performance, Financial Leverage has a significant effect on disclosure of Corporate Social Responsibility. The partial test results show that Earnings Management does not have a significant effect on disclosure of Corporate Social Responsibility.

Keywords : *Company Size, Financial Performance, Financial Leverage, Earnings Management, Corporate Social Responsibility.*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permasalahan yang dihadapi di Indonesia pada saat ini yaitu permasalahan terhadap perdagangan bebas dan persaingan yang semakin ketat, oleh karena itu cara yang digunakan untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu dengan mempertahankan keberadaan di pasar global dengan cara mengambil hati dan bertanggung jawab kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Perubahan mengenai manajemen pertanggung jawaban yaitu yang semula berusaha bertanggung jawab pada *shareholder*, kemudian perusahaan juga bertanggung jawab kepada para *stakeholders*. Perubahan tersebut dikarenakan *stakeholders theory* beranggapan bahwa adanya hubungan timbal balik dan sifat yang saling mempengaruhi antara perusahaan dengan *stakeholders*. Tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholders* disebut juga dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Di Indonesia, praktik CSR semakin menguat setelah diberlakukannya UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 1 point 3 yang menyebutkan bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan CSR. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan suatu aktivitas perusahaan yang bertanggung jawab terhadap para *stakeholder* dengan cara memberikan perhatian terhadap aspek sosial dan lingkungan. Dalam hal ini perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada nilai perusahaan (*Corporate Value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangan saja. CSR disebut juga dengan *triple bottom line*, yaitu perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan tetapi harus memperhatikan dan terlibat dalam peningkatan kesejahteraan sosial serta turun aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (Mirza dan Agung, 2015, h. 2).

Pengungkapan CSR merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan, hal tersebut digunakan untuk memperluas tanggung jawab perusahaan dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR seperti ukuran perusahaan, kinerja keuangan, *financial leverage* dan manajemen laba.

Pentingnya perusahaan menerapkan pengungkapan CSR yaitu untuk memperoleh keunggulan kompetitif, untuk memenuhi ekspektasi masyarakat, melegitimasi tindakan perusahaan serta menarik investor. CSR juga dipandang dapat membantu perusahaan memperbaiki kinerja keuangan dan akses pada modal, meningkatkan *brand image* dan penjualan, memelihara kualitas kekuatan kerja, memperbaiki pembuatan keputusan pada isu-isu kritis, menangani resiko secara lebih efisien dan mengurangi *cost* jangka panjang (Purnasiwi, 2011).

Pelaksanaan dan pengungkapan CSR juga berperan dalam dunia pasar modal dan juga pengambilan keputusan manajemen. Keterlibatan investor terhadap pengungkapan lingkungan sosial terbukti bahwa investor tertarik terhadap informasi sosial berupa keamanan produk, aktivitas lingkungan, etika, dan hubungan dengan karyawan serta masyarakat. Dalam pengambilan keputusan investasi, investor melihat besar kecilnya perusahaan. Perusahaan yang besar

menjadi sorotan masyarakat dan para *stakeholder*, karena perusahaan yang besar tidak hanya memakmurkan pemilik dan pemegang saham melainkan para *stakeholder* secara keseluruhan (Nawifah, 2010).

Sejalan dengan kegiatan usaha yang dilakukan maka perusahaan membutuhkan tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) untuk mencapai tujuan yang maksimal dan menghasilkan citra yang baik pada lingkungan sosial. Salah satu penerapan tata kelola perusahaan yang baik yaitu dengan keberadaan dewan komisaris independen yang mendorong perusahaan mengungkapkan informasi yang lebih luas pada para *stakeholder*-nya.

Pada penelitian terdahulu terdapat hasil yang berbeda-beda yaitu Putu Ayu dan Indah Bagus (2019) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan variabel *leverage* berpengaruh negatif. Linda dan Erwin (2012) menemukan bahwa ukuran perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dan penelitian yang dilakukan oleh Triva, dkk (2018) menyatakan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Dari uraian diatas dan peneliti yang telah dilakukan sebelumnya, maka peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut yang berjudul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, *Financial Leverage*, dan Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI 2016-2018”**.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, *Financial Leverage*, dan Manajemen Laba terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menjelaskan dan mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, *Financial Leverage*, dan Manajemen Laba terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

1.4 Kontribusi Penelitian

Untuk peneliti agar mendapatkan pengalaman dan menambah wawasan serta gambaran langsung mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility*.

2. KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Linda Erwin (2012) Dalam Judul “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Umur Perusahaan, dan Dewan Komisaris Independen dalam Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan dewan komisaris independen memiliki pengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility, sedangkan *leverage* dan umur perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Rima Puji (2015) Dalam Judul “Pengaruh Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Manufaktur yang tercatat di BEI Tahun 2011-2013”. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel CSR, dan variabel *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

Tiara (2017) Dalam Judul “Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan kinerja lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* berdasarkan indikator Global Reporting Initiative (GRI) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. Hasil penelitian menunjukkan Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor otomotif yang terdaftar di BEI periode 2012 – 2016, yang berarti bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan akan mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar sumber daya yang dimiliki sehingga dalam mengungkapkan laporan keuangan lebih luas.

2.1 Tinjauan Teori

2.2.1 Teori Agensi

Teori agensi digunakan untuk mempermudah dalam memahami *Good Corporate Governance*. Dalam teori ini dijelaskan hubungan antara dua belah pihak dimana satu atau lebih orang (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk melaksanakan jasa atas nama mereka yang melibatkan pendelegasian wewenang pembuatan keputusan kepada agen (Aini, 2011).

Konflik keagenan terjadi karena adanya perbedaan antara dua belah pihak, konflik tersebut terjadi karena kemungkinan *agent* tidak bertindak sesuai dengan kepentingan *principal*. Sesuai dengan *agency theory* yang dikembangkan oleh Michael Johnson memandang bahwa manajemen perusahaan sebagai *agent* bagi para pemegang saham, akan melakukan tindakan dengan penuh kesadaran bagi kepentingannya sendiri, tanpa bersikap arif dan bijaksana serta adil terhadap pemegang saham. Dalam mengurangi biaya agensi yang akan terjadi maka diterapkan *Corporate Governance* yaitu dengan menggunakan mekanisme pengawasan yang dapat menyelaraskan berbagai kepentingan yang ada dalam perusahaan.

Definisi teori agensi adalah “Menggambarkan bahwa hubungan keagenan muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) meminta orang lain (*agen*) melakukan pekerjaan dan mendelegasikan wewenang pembuatan keputusan kepada agen” (Jensen dan Meckling dalam Wijayati, 2015).

Jadi dari beberapa definisi menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa teori keagenan merupakan suatu hubungan muncul ketika satu orang atau lebih melakukan pekerjaan atau kontrak diantara pemegang saham dengan manajer, dimana pemegang saham mempercayai manajer yang bertanggungjawab untuk mengelola perusahaannya.

2.2.2 Teori Signaling

Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik maka perusahaan tersebut akan dengan sengaja memberikan sinyal pada pasar, dengan demikian perusahaan akan mengetahui mana perusahaan yang baik dan mana perusahaan yang buruk (Hartono, 2014).

Dalam kerangka teori sinyal dijelaskan bahwa ada dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara manajer perusahaan dan pihak luar, hal ini disebabkan karena manajer perusahaan mengetahui lebih banyak informasi mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (Work et al, 2013).

Teori sinyal ini menekankan bahwa bagaimana suatu perusahaan untuk menarik perhatian para investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan tersebut. Informasi yang dicantumkan sangat berpengaruh atas apa yang akan terjadi nantinya di suatu perusahaan.

2.2.3 Teori Legitimasi

Teori legitimasi adalah sistem dari pengelolaan perusahaan dalam berorientasi kepada masyarakat, pemerintah maupun individu. Teori legitimasi mengungkapkan bahwa perusahaan secara berkelanjutan melakukan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan aturan dan batasan yang ada.

Teori legitimasi mengungkapkan bahwa perusahaan secara berkelanjutan melakukan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan aturan dan batasan yang ada. Teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat.

Pengertian teori legitimasi dapat dipahami dari pernyataan Sinaga (2011:15), yaitu:

....a condition or status which exists when an entity's value system is congruent with the value system of the larger social system of which the entity is a part. When a disparity, actual or potential, exists between the two value systems, there is a threat to the entity's legitimacy.

Dari definisi tersebut dijelaskan bahwa suatu kondisi atau status yang ada ketika suatu sistem nilai entitas sejalan dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih besar di mana entitas tersebut menjadi bagiannya.

2.2.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan satu pengukuran besar atau kecilnya perusahaan yang dibentuk oleh satu orang atau lebih untuk mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan besar cenderung mendapat perhatian dari masyarakat luas, sehingga perusahaan besar memiliki kecenderungan untuk menjaga stabilitas kondisi perusahaan (Rofiqoh dan Priyadi, 2016). Perusahaan yang memiliki aktivitas operasi yang besar dan pengaruh terhadap masyarakat yang akan memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dan laporan keuangan yang digunakan untuk menyebarkan informasi tentang *corporate social responsibility* (Amalia, 2013).

2.2.5 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah penilaian tingkat produktivitas dan efisiensi atas dasar laporan keuangan dan laporan manajemen yang mencerminkan pencapaian perusahaan. Dengan menggunakan rasio ROA dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba berdasarkan tingkat aktiva tertentu atau upaya perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari setiap rupiah aktiva yang digunakan (Purwanto, 2011).

Menurut Fahmi (2012:2) yang dikutip oleh (Marsel Pongoh, 2013) menyatakan kinerja keuangan, yaitu:

Suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan dengan baik dan benar. Seperti dengan membuat suatu laporan keuangan yang telah memenuhi standart dalam SAK (Standar Akuntansi Keuangan) atau GAAP (*General Aceptep Accounting Priciple*).

2.2.6 Financial Leverage

Financial Leverage merupakan sumber dana yang dimanfaatkan perusahaan untuk dialokasikan pada aset atau untuk melakukan investasi (Sari, 2013). Kebijakan perusahaan dalam mendapatkan modal pinjaman dari luar dalam manajemen keuangan, adalah penerapan dimana perusahaan membiayai kegiatannya dengan menggunakan modal pinjaman dan menanggung beban yang tujuannya untuk meningkatkan pendapatan per saham.

Financial leverage diukur menggunakan *degree of financial leverage* (DFL), yaitu membandingkan antara presentase perubahan *Earning per Share* (EPS) dengan presentase perubahan EBIT (Halim, 2015).

2.2.7 Manajemen Laba

Manajemen laba merupakan pemilihan kebijakan akuntansi seorang manajer dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu (Rahmawati, 2012).

Manajemen laba merupakan kegiatan memanipulasi laba melalui campur tangan manajer dalam proses pelaporan keuangan eksternal yang memiliki tujuan mengambil keuntungan untuk diri sendiri. Secara umum manajemen laba didefinisikan sebagai upaya manajer untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan.

Manajemen laba bukanlah suatu hal yang merugikan selama dilakukan dalam koridor-koridor peluang, manajemen laba tidak selalu diartikan dengan proses manipulasi laporan keuangan karena terdapat beberapa metode yang dapat digunakan dan bukan sebagai suatu larangan (Kusumawardhani, 2012).

2.2.8 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan CSR sering juga disebut sebagai *social accounting* yaitu proses mengomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap pihak yang berkepentingan (Purwanto, 2011).

***Corporate Social Responsibility* (CSR)**

CSR merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar atas aktivitas bisnis yang dilakukan untuk memberikan manfaat serta pembangunan berkelanjutan bagi pihak yang menerimanya.

Konsep utama CSR yaitu perusahaan memperhatikan dan melibatkan seluruh *stakeholdernya*. Kepatuhan perusahaan terhadap hukum dan peraturan-peraturan yang menyangkut aspek ekonomi, lingkungan dan sosial bisa dijadikan sebagai indikator atau perangkat formal dalam mengukur kinerja CSR suatu perusahaan tersebut.

3. METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode komparatif yaitu penelitian yang menjelaskan variabel yang diteliti dan pengaruh antara satu variabel dan variabel lainnya (Sugiyono, 2013 : 8). Berkaitan dengan objek yang diteliti yaitu pada perusahaan Manufaktur yang ada pada Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2018.

Sampel dipilih dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pengambilan tertentu. Adapun kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2016-2018
2. Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan keuangan secara berturut-turut periode 2016-2018
3. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama periode 2016-2018
4. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan dengan mata uang rupiah.
5. Perusahaan manufaktur yang mengungkapkan pengungkapan *corporate social responsibility* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016-2018

3.3 Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan yang dapat diperoleh dari total aset atau total penjualan. Semakin besar total aset, maka semakin besar ukuran perusahaan (Wijayanti dan Janie, 2012:33). Ukuran perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\text{Ukuran Perusahaan (size)} = \text{Ln (Total Aktiva)}$$

3.3.2 Kinerja Keuangan

Ukuran yang digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan biasanya adalah indeks yang menghubungkan dua atau lebih data keuangan

(Kurniawan, 2017). Kinerja keuangan dapat dihitung dengan menggunakan rumus ROA:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Jumlah Aktiva}} \times 100\%$$

3.3.3 Financial Leverage

Financial leverage adalah perbandingan antara hutang dan ekuitas perusahaan. Dalam penelitian ini, variabel *financial leverage* dinyatakan melalui *debt to equity ratio* (DER). Menurut Syafri (2010) rumus *debt to equity ratio* sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} : \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}}$$

3.3.4 Manajemen Laba

Manajemen laba merupakan suatu bentuk manipulasi atas laporan keuangan yang menjadi sasaran komunikasi antara manajer dan pihak eksternal perusahaan.. Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$\text{Manajemen Laba} = \frac{\Delta \text{Modal Kerja t}}{\text{Pendapatan}}$$

$$\Delta \text{Akrual Modal Kerja} = \Delta \text{AL} - \Delta \text{HL} - \Delta \text{KAS}$$

3.3.5 Corporate Social Responsibility

Hadi (2011:206) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* merupakan laporan tentang tindakan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh kedua perusahaan terkait dengan perhatian terhadap masalah sosial dan masyarakat.. Pengungkapan CSR diukur melalui *corporate social disclosure index* (CSDI). Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$\text{CSRDI} = \frac{\sum \text{Xij}}{\text{nj}}$$

3.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda dengan menggunakan alat analisis statistik, yaitu SPSS. Persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

X₁ : Ukuran Perusahaan

X₂ : Kinerja Keuangan

X₃ : *Financial Leverage*

X₄ : Manajemen Laba

e : Nilai *error*

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Normalitas

Tabel 4.1
Hasil Uji Normalitas

		Uku. Perus	Kin. Keuang	Fin. Lever	Manaj. Laba	CSR
N		183	183	183	183	183
Normal Parameters(a,b)	Mean	28,75952	,14672	,80224	,17204	,19430
	Std. Deviation	1,638530	,328835	,692877	,477008	,062730
Most Extreme Differences	Absolute	,211	,231	,109	,223	,177
	Positive	,211	,231	,109	,223	,177
	Negative	-,123	-,193	-,075	-,087	-,103
Kolmogorov-Smirnov Z		1,157	1,264	,598	1,222	,970
Asymp. Sig. (2-tailed)		,137	,082	,867	,101	,303

Sumber: Output SPSS, 2021

Hasil uji normalitas pada masing-masing variabel memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov* diatas 0,9 dan memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 sehingga masing-masing variabel dinyatakan berdistribusi normal.

4.2 Uji Hipotesis

4.2.1 Uji F Simultan

Tabel 4.2
Hasil Uji Simultan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	166,863	4	41,716	24,666	,000(a)
	Residual	143,753	178	1,691		
	Total	310,616	182			

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan analisis pada tabel diketahui nilai F_{hitung} adalah 24,666 dengan signifikansi (Sig.) 0,000. Oleh karena nilai signifikansi hitung F_{hitung} lebih kecil daripada nilai signifikansi yang ditentukan ($0,000 < 0,05$), maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Maka secara simultan variabel Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, *Financial Leverage*, dan Manajemen Laba memiliki pengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR.

4.2.2 Uji R Square (Koefisien Determinasi)

Tabel 4.3
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,733(a)	,537	,515	1,300465

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan besarnya R^2 Square adalah 0,537 atau 53,7% variasi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat dijelaskan dengan variasi dari keempat variabel independen yaitu Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, *Financial Leverage* dan Manajemen Laba. Sedangkan 46,3% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain seperti *Financial Distress*, Likuiditas dan Kepemilikan Publik.

4.2.3 Uji t (Parsial)

Diperlukan uji parsial agar mengetahui masing-masing pengaruh variabel independen pada variabel dependennya.

Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,802	,426		4,232	,000
	Uku. Perus	,238	,107	,170	2,224	,029
	Kin. Keuang	,287	,082	,272	3,487	,001
	Fin. Lever	,672	,071	,703	9,483	,000
	Manaj. Laba	-,048	,077	-,047	-,623	,535

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$PKP = 1,802 + 0,238X_1 + 0,287X_2 + 0,672X_3 + (-0,048)X_4 + e$$

(Sig.0,029) (Sig.0,001)(Sig. 0,000) (Sig. 0,535)

- 1) Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Responsibility Social* (CSR)

Hasil uji variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai $t_{hitung} = 2,224$ dan nilai $t_{tabel} = 1,973$ berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,224 > 1,973$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,029 dimana $significant < Alpha$ ($0,029 < 0,05$) hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_{1a} diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Meningkatnya Ukuran Perusahaan maka Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga akan meningkat. Sebaliknya, apabila Ukuran Perusahaan menurun maka Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga akan menurun. Makna dari koefisien tersebut adalah apabila Ukuran Perusahaan meningkat maka Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mengalami peningkatan sehingga besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* untuk melakukan pertanggungjawaban sosialnya. Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Linda dan Erwin (2012), Tiara (2017), Teguh dkk (2018).

- 2) Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan *Corporate Responsibility Social* (CSR)

Hasil uji variabel Kinerja Keuangan memiliki nilai $t_{hitung} = 2,487$ dan nilai $t_{tabel} = 1,973$ berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,487 > 1,973$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 dimana $significant < Alpha$ ($0,001 < 0,05$) hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak H_{1b} diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Semakin Meningkatnya Kinerja Keuangan maka Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga akan meningkat. Sebaliknya, apabila Kinerja Keuangan menurun maka Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga akan menurun. Makna dari koefisien tersebut adalah apabila Kinerja Keuangan meningkat maka Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mengalami peningkatan sehingga kinerja keuangan perusahaan akan mempengaruhi pengungkapan CSR sebagai bentuk akuntabilitas dan keterbukaan operasi perusahaan. penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Linda dan Erwin (2012), Rima (2015), dan Tiara (2017).

3) Pengaruh *Financial Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Responsibility Social* (CSR)

Hasil uji variabel *Financial Leverage* memiliki nilai $t_{hitung} = 9,483$ dan nilai $t_{tabel} = 1,973$ berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($9,483 > 1,973$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dimana $significant < Alpha$ ($0,000 < 0,05$) hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak H_{1c} diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *Financial Leverage* berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. semakin meningkatnya *Financial Leverage* maka Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga akan meningkat. Sebaliknya, apabila *Financial Leverage* menurun maka Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga akan menurun. Makna dari koefisien tersebut adalah apabila *Financial Leverage* meningkat maka Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mengalami peningkatan sehingga *financial leverage* perusahaan akan mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Rima (2015).

4) Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan *Corporate Responsibility Social* (CSR)

Hasil uji variabel Manajemen Laba memiliki nilai $t_{hitung} = -0,623$ dan nilai $t_{tabel} = 1,973$ berarti nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} ($-0,623 < 1,973$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,535 dimana $significant > Alpha$ ($0,535 > 0,05$) hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima H_{1d} ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Manajemen Laba tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil yang tidak signifikan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi praktik manajemen laba dalam sebuah perusahaan

belum tentu memberikan luas pengungkapan CSR yang maksimal. Dengan melaksanakan kegiatan CSR dan mengungkapkannya ke dalam sebuah laporan, perusahaan telah melaksanakan kewajibannya dengan mengikuti UU No.40 Tahun 2007. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Triva dan Meily (2018).

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

1. Secara simultan Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, *Financial Leverage*, Manajemen Laba berpengaruh secara signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Responsibility Social* (CSR).
2. Secara parsial Ukuran Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap Pengungkapan *Corporate Responsibility Social* (CSR).
3. Secara parsial Kinerja Keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap Pengungkapan *Corporate Responsibility Social* (CSR).
4. Secara parsial *Financial Leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap Pengungkapan *Corporate Responsibility Social* (CSR).
5. Secara parsial Manajemen Laba tidak berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap Pengungkapan *Corporate Responsibility Social* (CSR).

5.2 Keterbatasan

1. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini hanya menggunakan perusahaan 12ector manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Variabel-variabel yang 12ect digunakan untuk mengetahui pengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terdapat banyak, namun dalam penelitian ini hanya menggunakan Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, *Financial Leverage* dan Manajemen Laba sebagai variabel independen.

5.3 Saran

1. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel penelitian dan tidak terbatas hanya pada 12ector manufaktur saja, seperti menambah sektor *Property*, sektor keuangan, sektor infrastruktur, utilitas & transportasi.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel lain sebagai variabel independen yang terkait hubungannya dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, misalnya *Financial Distress*, Likuiditas dan Kepemilikan Publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N. N. (2011). *Pengaruh Karakteristik Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr)(Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Amalia, D. (2014). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure di Bursa Efek Indonesia. *Media Riset Akuntansi*, 3(1), Hal-34.
- Basyaib, Fachmi (2007). *Keuangan Perusahaan Pemodelan Menggunakan Microsoft Excell*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Edi Suharto, CSR dan Comdev, *Op.cit.*, hlm.3-4.
- Erawati, T., Ayem, S., & Ayudiyati, P. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responbility Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016. *JURNAL RISET AKUNTANSI TIRTAYASA*, 3(1), 136-158.
- Effendi, R., Sayekti, Y., & Wijayanti, R. R. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Lingkungan Dalam Laporan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar diPROPER dan BEI Periode 2008-2010). *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 11(2).
- Fahmi, Irham. 2012. *Analisis Kinerja Keuangan*. Alfabeta. Bandung.
- Ghozali, Imam 2016. *Aplikasi analisis multivariate dengan program spss*. Semarang : badan penerbit universitas diponegoro.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibilty*. Ed.1th. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Healy, P. M., and J. M. Wahlen. 1999. A Review of the Earnings Management Literature and its Implications for Standard Setting. *Accounting horizons*, Vol. 13(4), 365-383.
- Jensen, M dan Meckling, W. 1976. *Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost And Ownership Structure*.
- Jogiyanto (2003). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Kusumawardani, Media. 2012. Pengaruh *Size*, Kemakmuran, Ukuran Legislatif, *Leverage* Terhadap Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah di Indonesia. *Accounting Analysis Journal*, Vol. 1. ISSN: 2252-6765.

- Kusdarini, Hanifa. 2016. Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance dan Kebijakan Deviden terhadap Agency Cost pada Perusahaan yang Terdaftar dalam Jakarta Islamic Index (JII) Periode 2011-2014
- Maiyarni, R., Yetti, S., & Erwati, M. (2016). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas, dan leverage terhadap pengungkapan corporate social responsibility (csr) pada perusahaan LQ-45 yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2009-2012. *Jurnal Cakrawala Akuntansi*, 6(1).
- Mawandira, S. I., & Darmadji, S. H. (2014). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Sektor Non Keuangan dan Non BUMN yang Terdaftar Di BEI Tahun 2010, 2011, dan 2012. *CALYPTRA*, 3(2), 1-20.
- Nur, M., & Priantinah, D. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapancorporate Social Responsibility Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia). *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 1(2), 22-34.
- Praytino, Ryanto Hadi. 2010. Peranan Analisa Laporan Keuangan dalam Mengukur Kinerja Keuangan Perusahaan: Studi Kasus pada PT. X. *Jurnal Manajemen Volume 2 No.1*. UNNUR. Bandung.
- Rahmawati. (2012). Teori Akuntansi Keuangan. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- R.E. Freeman, *Strategic Management: A Stakeholders Approach*, Fitman, Boston, 1984, hlm.37.
- Rahmazaniati, L., & Nadirsyah, S. A. (2014). Pengaruh Profitabilitas Dan Financial Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Serta Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Termasuk Dalam Indeks Sri-Kehati Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Administrasi Akuntansi: Program Pascasarjana Unsyiah*, 3(4).
- Sari, R. P. (2013). Pengaruh Financial Leverage dan Size Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Jurnal Akuntansi*, 1(1).
- Sinaga, A. M. (2011). *Pengaruh Elemen Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Pelaporan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Sektor Perbankan di Indonesia*. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro ; Semarang.
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)

Solikahan E. Z, K. Ratnawati dan A. H. Djawahir. 2013. Pengaruh Leverage dan Investasi terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Aplikasi Manajemen. Vol1, No.3: 427-433.

Susilo, D. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan *Good Corporate Governance* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia Periode 2011-2014.

<https://finance.detik.com>
www.detik.com
www.kompas.com

*) **Reynaldi Aziz** adalah Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.

**) Noor Shodiq Askandar adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang.

***) Dwiyani Sudaryanti adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang.