

PENGARUH PROFITABILITAS, SALES GROWTH, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN INDEKS KOMPAS 100 TAHUN 2017-2018

Yausi Rara Putri^{1)*}, Willy Sri Yuliandhari²⁾

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Telkom University
email: yausiraraputri@student.telkomuniversity.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Telkom University
email: willyyuliandari@telkomuniversity.ac.id

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility disclosure can be defined as information that contains social responsibility activities carried out by the company towards social environment. The preparation of Corporate Social Responsibility disclosure using the GRI Standards and the result is a Sustainability report. This research aims to analyze the effect of profitability, sales growth, and firm size on Corporate Social Responsibility disclosure in Index Kompas100 companies listed in IDX 2017-2018. The sample in this research amounted to 17 companies in the Kompas100 index 2017-2018. The research method is quantitative and is processed using Eviews 10 software. The results of profitability, sales growth, and firm size simultaneously have a significant effect on Corporate Social Responsibility. Partially, only firm size has a positive significant effect on Corporate Social Responsibility disclosure.

Keywords: Profitability, Sales Growth, Corporate Social Responsibility Disclosure

ABSTRAK

Pengungkapan Corporate Social Responsibility dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk informasi tentang kegiatan tanggung jawab sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan terhadap lingkungan sosialnya. Pengungkapan Corporate Social Responsibility dalam penyusunannya disusun menggunakan GRI Standards dan menghasilkan output berupa laporan berkelanjutan atau disebut sustainability report. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis dari pengaruh profitabilitas, sales growth, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan Indeks Kompas100 yang terdaftar di BEI tahun 2017-2018. Sampel pada penelitian ini berjumlah 17 perusahaan dalam Indeks Kompas100 tahun 2017-2018. Metode penelitian bersifat kuantitatif dan diolah menggunakan aplikasi Eviews 10. Hasil pengujian yang dilakukan mendapatkan hasil secara simultan yaitu profitabilitas, sales growth, dan ukuran perusahaan secara keseluruhan memengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility. Secara parsial hanya ukuran perusahaan yang memengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility

Kata Kunci: Profitabilitas, Sales Growth, Pengungkapan Corporate Social Responsibility

1 PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah kegiatan yang dilaksanakan oleh perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab sosial kepada masyarakat dan ruang lingkungannya (Hartman *et al*, 2014). Tujuan dari kegiatan CSR tersebut merupakan bentuk dari kontribusi yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kepentingan dan kebutuhan para *stakeholder*. *Stakeholder* yang dimaksud adalah pemangku kepentingan yang berkaitan atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan, maka lahirlah konsep CSR yang artinya perusahaan tidak bisa terlepas dari lingkungan sosial sekitarnya (Hadi, 2011:94).

Aturan yang mengatur tentang kewajiban perusahaan untuk melaksanakan CSR terdapat dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.40 Tahun 2007 pasal 74 dan kewajiban dalam mengungkapkan laporan CSR diatur dalam Undang-Undang No.32 Tahun 2009 pasal 68. Seiring adanya peraturan tersebut perusahaan mulai tersadar bahwa kegiatan CSR bukan hanya semata-mata untuk memenuhi kewajiban dasar hukum yang harus dipenuhi melainkan dari kegiatan tersebut dapat mendorong keberlangsungan perusahaan untuk terus berdiri dan berkembang.

Kegiatan CSR bersama dengan pelaporannya didukung dengan adanya Global Reporting Initiative (GRI) yang telah mengeluarkan item-item yang memudahkan perusahaan dalam menyusun laporan keberlanjutan (*sustainability report*). GRI telah merilis standar pelaporan terbaru bernama *GRI Standards* pada tahun 2016 dengan aspek *foundation*, *general disclosure*, *management approach*, dan *topic-specific standards* yang terdiri dari segi ekonomi, lingkungan, dan sosial (Global Reporting Standard, 2017).

PJOK Nomor 51/PJOK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan Kepada Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik ditujukan untuk mendorong perusahaan dalam meningkatkan pelaporan dan penerbitan laporan berkelanjutan (*sustainability report*). Namun, terdapat beberapa perusahaan yang masih enggan untuk melakukan keterbukaan informasi terkait kegiatan CSR antara lain perusahaan dalam Indeks Kompas 100 seperti PT. XL Axiata Tbk dan PT. Link Net Tbk. Upaya Otoritas Jasa Keuangan (OJK) agar perusahaan melaksanakan pengungkapan kegiatan CSR dengan mewajibkan setiap tahunnya untuk membuat laporan berkelanjutan (*sustainability report*) (Wareza, Monica, 2018).

Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam seminar kerjasama dengan GRI Indonesia di Jakarta, mengungkapkan bahwa terdapat data terbaru dari GRI dan BEI yang menunjukkan bahwa hanya sebanyak 110 *sustainability report* yang sudah dirilis dari total 629 perusahaan tercatat per 23 April 2019 (Kencana, 2019). Hal tersebut menandakan bahwa kesadaran perusahaan dalam melakukan pengungkapan kegiatan CSR masih cukup rendah. Sehingga, dari permasalahan yang ada memotivasi penulis untuk melakukan riset mengenai Pengaruh Profitabilitas, *Sales Growth*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Indeks Kompas 100 tahun 2017-2018.

2 KAJIAN LITERATUR

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* menyatakan bahwasanya perusahaan bukan suatu substansi yang berdiri untuk keperluan pribadi melainkan untuk keperluan seluruh *stakeholder* yang berkaitan atau mendapat dampak dari eksistensi perusahaan itu sendiri. Artinya, bahwa perusahaan tidak

dapat terlepas dari lingkungan sekitarnya (Hadi, 2011:94).

Menurut Mardikanto (2014:171), *stakeholder* teori memiliki tujuan yaitu menunjang dan memperkuat hubungan perusahaan dengan pihak-pihak luar untuk meningkatkan mutu bersaing. Perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosial adalah untuk menggapai suatu target dalam memenuhi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder*.

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) yaitu suatu wujud tanggung jawab sebuah perusahaan/entitas kepada masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan melaksanakan kegiatan operasionalnya (Hartman *et al* , 2014). *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada saat ini merupakan sebuah aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan untuk menunjukkan rasa kepedulian dan tanggung jawab terhadap *stakeholder* yang meliputi investor, masyarakat/konsumen, dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) kini menjadi sebuah perkara penting dan harus disadari oleh perusahaan. Menurut Mardikanto (2014:171), *Corporate Social Responsibility* menjadi suatu kegiatan sosial perusahaan yang bukan hanya untuk memperoleh hasil dari segi ekonomi, tetapi juga upaya untuk mengembangkan hubungan baik dengan pemangku kepentingan.

Beberapa manfaat dari *Corporate Social Responsibility* yaitu berdampak secara tidak langsung dalam peningkatan kemakmuran masyarakat serta elemen-elemen yang berkaitan seperti sosial dan lingkungannya, manfaat bagi pemerintah yaitu adanya ketersediaan sarana pra sarana yang telah disediakan oleh perusahaan dalam pelaksanaan kegiatan CSR (Mardikanto, 2014:132-136).

Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan alat yang akan menunjukkan bagaimana perusahaan berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Standar pengungkapan meliputi laporan strategis, operasi, profil, dan dampak ekonomi, lingkungan, serta masyarakat (Eweje, 2014:361). Pengungkapan CSR dalam pelaksanaannya bersifat wajib karena telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 pasal 47 dan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 pasal 68.

Pengukuran pengungkapan CSR dilaporkan dalam *sustainability report* dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRDI). Dalam penyusunan *sustainability report* menggunakan standar yang dikeluarkan oleh GRI dengan memenuhi item-item yang telah memenuhi standar pelaporan.

Penilaian pada masing-masing item indeks GRI pada laporan berkelanjutan (*sustainability report*) melalui pengisian poin 1 pada item diungkap dan poin 0 pada item tidak diungkap. Maka, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ditotalkan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum Xi_j}{N_j} \times 100 \%$$

Dimana :

CSRDI_j = Corporate Social Responsibility indeks j

N_j = Jumlah item untuk perusahaan j

Xi_j = Dummy Variabel

Profitabilitas

Menurut Kasmir (2014:114), profitabilitas adalah perbandingan yang dilakukan dengan tujuan mengevaluasi kompetensi perusahaan dalam memperoleh/mendapatkan laba. Profitabilitas juga dapat digunakan untuk mengukur keefektifan manajemen dalam menghasilkan margin yang didapat dari kegiatan penjualan maupun investasi. Untuk mengukur

profitabilitas perusahaan bisa dilakukan menggunakan alat ukur *Return on Equity* (ROE). *Return on Equity* (ROE) merupakan perbandingan profitabilitas dengan mengukur *net income after tax* pada modal/equity dari investasi pemegang saham perusahaan tersebut. *Return on Equity* (ROE) mencerminkan seberapa besar pengembalian (return) yang dihasilkan bagi pemegang saham atas investasinya (Murhadi, 2015:65). Proksi *Return on Equity* (ROE):

$$ROE = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

Sales Growth

Menurut Fahmi (2014:137), perbandingan/rasio pertumbuhan perusahaan yang mencerminkan kinerja perusahaan dalam hal pertahanan di situasi persaingan ekonomi yang terjadi dalam suatu industri atau secara umum. Sering kali *Sales Growth* mencerminkan output dari beberapa banyak sebab seperti fluktuasi harga, volume, nilai tukar dan akuisisi (Subramanyam & John, 2014:487). Untuk mengukur pertumbuhan, dapat menggunakan rasio *Sales Growth*. *Sales Growth* atau tingkat penjualan merupakan pertumbuhan yang menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya (Kasmir, 2014:106).

Proksi *Sales Growth*:

$$= \frac{S_t - S_{t-1}}{S_{t-1}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan yakni skala untuk menilai besar dan kecilnya perusahaan. Perusahaan besar biasanya memiliki kemampuan manajemen yang lebih baik serta menerbitkan laporan keuangan dengan standar dan integritas yang baik (Sari *et al*, 2017). Mengukur sebuah Ukuran perusahaan dilakukan dengan melihat jumlah keseluruhan aktiva,

peringkat indeks, volume penjualan maupun banyaknya pegawai/karyawan (Bimaswara *et al*, 2018). Ukuran Perusahaan penelitian ini menggunakan alat ukur yaitu log natural dari total aset.

Proksi Ukuran Perusahaan:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Log } n \text{ (Total Aset)}$$

Profitabilitas dan Pengungkapan CSR

Profitabilitas dapat diartikan sebagai kinerja perusahaan/substansi dalam mendapatkan laba atau keuntungan. Tingkat profitabilitas suatu perusahaan dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan kinerja manajemen dalam perusahaan itu sendiri. Sehingga tingginya profitabilitas suatu perusahaan maka luas dalam pengungkapan tanggung jawab sosialnya akan semakin baik (Munsaidah *et al*, 2016). Dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dapat memudahkan manajemen suatu perusahaan dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga dapat mempertahankan relasi baik dengan pihak-pihak berkepentingan. Hal tersebut sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Kartini *et al* (2019) dan Aini (2015) bahwa profitabilitas dengan proksi ROE (*Return On Equity*) berpengaruh dengan arah positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat profitabilitas yang tinggi maka semakin besar dorongan bagi perusahaan untuk melaksanakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

H1: Profitabilitas berpengaruh dengan arah positif terhadap Pengungkapan CSR

Sales Growth dan Pengungkapan CSR

Menurut Fahmi (2014:137) perbandingan/rasio pertumbuhan merupakan ukuran yang digunakan dalam melihat peningkatan suatu perusahaan dalam hal pertahanan di situasi persaingan

ekonomi dalam industri. Pertumbuhan perusahaan dapat diukur menggunakan tingkat pertumbuhan penjualan (*sales growth*) dari tahun ke tahun. Besarnya pertumbuhan perusahaan dengan *sales growth* dapat mencerminkan bahwa penerimaan pasar atas produk suatu perusahaan tersebut dikatakan baik. Sehingga perusahaan dengan pertumbuhan penjualan (*sales growth*) yang tinggi akan mendapatkan perhatian dari *stakeholder*, dengan begitu perusahaan cenderung akan lebih banyak untuk melaporkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Munsaidah *et al* (2016) yang mengukur pertumbuhan perusahaan dengan *sales growth* menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan arah positif.

H2: *Sales Growth* berpengaruh dengan arah positif terhadap Pengungkapan CSR

Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan yakni skala untuk menilai besar dan kecilnya perusahaan. Perusahaan besar biasanya memiliki kemampuan manajemen yang lebih baik serta menerbitkan laporan keuangan dengan standar dan integritas yang baik (Sari *et al*, 2017). Perusahaan besar memiliki dampak dan tekanan politik yang lebih tinggi sehingga menekan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial serta melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Riantani & Nurzamzam, 2015). Hal ini sependapat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari *et al* (2017), Hidayat (2017), dan Apriyanti & Yuliandhari (2018) dengan ukuran perusahaan yang diproksikan dengan log natural total aset berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan arah positif.

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh dengan arah positif terhadap Pengungkapan CSR.

3 METODE PENELITIAN

Data dan Sampel Penelitian

Data pada penelitian ini menggunakan data yang telah tersedia dan diperoleh dari proses dokumentasi dan studi pustaka. Populasi pada penelitian ini berjumlah 72 perusahaan Indeks Kompas100 Non-Keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2018. Sampel dipilih melalui *purposive sampling* dengan kriteria perusahaan sebagai berikut:

1. Konsisten terdaftar dalam indeks Kompas100 di BEI tahun 2017-2018.
2. Tidak termasuk dalam sektor keuangan maupun perbankan.
3. Perusahaan yang konsisten melaporkan laporan berkelanjutan (*sustainability report*) tahun 2017-2018.
4. Perusahaan yang konsisten menerbitkan *sustainability report* dengan menggunakan pedoman GRI *Standards* pada tahun 2017-2018.

Berdasarkan pemilihan sampel dengan kriteria diatas menghasilkan 17 sampel perusahaan untuk penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Menurut Sujarweni (2015:121) analisis data yaitu mengolah yang diolah menjadi sebuah statistik dengan data yang telah tersedia dan yang telah dilakukan pemilihan. Tujuan analisis data tersebut berguna dalam menjawab rumusan masalah. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan metode regresi data panel yang diolah melalui aplikasi Eviews 10.

Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif ialah statistik yang berguna dalam pengkajian data penelitian lalu mendeskripsikan maupun menggambarkan data yang telah dipilih dan terkumpul. Statistik deskriptif memuat deskripsi dari data dengan melihat rata-

rata, nilai tertinggi, nilai terendah, dan standar deviasi (Ghozali, 2016:19).

Uji Asumsi Klasik

Menurut Basuki & Prawoto (2017:297) Pada regresi data panel hanya dua uji asumsi klasik yang diperlukan yaitu uji multikolinearitas untuk melihat bahwa tidak ada keterikatan tiap variabel-variabel independen dan uji heterokedastisitas untuk mengetahui bahwa tidak ada kesamaan varian dalam model regresi.

Analisis Regresi Data Panel

Data panel merupakan suatu perpaduan dari data runtut waktu dengan data silang (Basuki & Prawoto 2017:275-276). Dalam analisis data panel diperlukan beberapa uji spesifikasi model yang berguna untuk memastikan teknik yang paling baik dalam pengestimasi regresi data panel. Terdiri dari tiga uji spesifikasi model sebagai berikut:

1. Uji Chow

Diperlukan pengujian ini untuk memilih antara metode *common effect* dan *random effect* sebagai model yang paling sesuai dengan penelitian.

2. Uji Hausman

Diperlukan pengujian ini untuk memilih antara metode *fixed effect* dan *random effect* sebagai model yang paling sesuai dengan penelitian. Dalam uji ini dibutuhkan premis kategori *cross section* lebih dominan daripada jumlah variabel independennya. Uji Hausman memerlukan estimasi variansi untuk menentukan model yang sesuai dengan penelitian.

3. Uji Langrange Multiplier

Diperlukan pengujian ini untuk memilih antara metode *random effect* dan *common effect* sebagai model yang paling sesuai dengan penelitian ini.

Uji Hipotesis Simultan (F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh variabel-variabel independen dengan bersamaan dapat memengaruhi variabel dependen (Ghozali,

2016:96). Tingkat signifikan sebesar 0,05 pada uji simultan F dan kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika $\text{Prob}(F\text{-statistic}) < 0,05$ maka H_0 tidak diterima. Dapat dimaknai, keseluruhan variabel independen signifikan memengaruhi variabel dependen.
2. Jika $\text{Prob}(F\text{-statistic}) > 0,05$ maka H_0 diterima. Dapat dimaknai, keseluruhan variabel independen dengan simultan tidak memengaruhi variabel dependen.

Uji Hipotesis Parsial (T)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh satuan tiap variabel independen dapat memengaruhi variabel dependen. (Ghozali, 2016:97). Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 maka, dapat disimpulkan beberapa kriteria sebagai berikut:

1. Jika probabilitas $< 0,05$ maka, H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat dimaknai, secara parsial variabel independen signifikan memengaruhi variabel dependen.
2. Jika probabilitas $> 0,05$ maka, H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat dimaknai, secara parsial variabel independen signifikan tidak memengaruhi variabel dependen.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi mencerminkan tingkat pengaruh seluruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Deskriptif

Tabel 1.
Hasil Analisis Deskriptif

	ROE	SG	UP	CSR
Mean	0,19355	0,22300	31,12728	0,41998
Max	1,42900	1,10624	33,47373	0,55147
Min	- 0,01000	- 0,42938	29,58660	0,32353

Std.Dev	0,31161	0,29870	0,91228	0,06916
---------	---------	---------	---------	---------

Sumber: Data yang telah diolah (2019)

Berdasarkan tabel 1 diketahui mean profitabilitas (ROE) sebesar 0,19355 dengan standar deviasi sebesar 0,31161 dan nilai maksimum sebesar 1,42900 serta nilai minimum sebesar -0,01000.

Mean *Sales Growth* (SG) sebesar 0,22300 dengan standar deviasi sebesar 0,2980 dan nilai maksimum sebesar 1,10624 serta nilai minimum sebesar -0,42938.

Mean Ukuran perusahaan (UP) sebesar 31,12728 dengan standar deviasi sebesar 0,91228 dan nilai maksimum sebesar 33,47373 serta nilai minimum sebesar 29,58660.

Mean pengungkapan CSR sebesar 0,41998 dengan standar deviasi sebesar 0,06916 dan nilai maksimum sebesar 0,55147 serta nilai minimum 0,32353.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Tabel 2.

Hasil Uji Multikolinearitas

	ROE	SG	UP
ROE	1.000000	-0.125493	0.169671
SG	-0.125493	1.000000	0.059057
UP	-0.169671	0.059057	1.000000

Sumber: Output Eviews 10

Hasil uji Multikolinearitas pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *correlation* antar variabel tergolong rendah atau kurang dari 0,80. Diharapkan kesimpulan bahwa model regresi yang digunakan pada penelitian ini tidak terdapat masalah multikolinearitas.

2. Uji Heterokedastisitas

Tabel 3.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	1.733997	Prob. F(3,30)	0.1812
Obs*R-squared	5.024366	Prob. Chi-Square(3)	0.1700

Scaled explained SS	1.935194	Prob. Chi-Square(3)	0.5860
---------------------	----------	---------------------	--------

Sumber: Output Eviews 10

Uji Heterokedastisitas yang dihasilkan pada tabel 3 menunjukkan bahwa angka probabilitas Chi-square di Obs*R-square sebesar 0,1700 dimana angka tersebut >0,05. Didapatkan kesimpulan bahwa sebaran data penelitian ini bersifat homogen atau tidak terdapat masalah heterokedastisitas.

Pemilihan Model Regresi Data Panel

1. Uji Chow

Tabel 4.
Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	8.803765	(16,14)	0.0001
Cross-section Chi-square	81.717833	16	0.0000

Sumber: Output Eviews 10

Hasil pengujian model yang disajikan pada Tabel 4. Hasil Uji Chow menunjukkan bahwa nilai probabilitas *cross section* F sebesar 0,0001 dimana nilai tersebut < 0,05. Didapatkan kesimpulan bahwa model yang lebih tepat untuk penelitian ini adalah model *fixed effect* dibandingkan dengan *common effect*.

2. Uji Hausman

Tabel 5.
Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	11.553012	3	0.0091

Sumber: Output Eviews 10

Hasil pengujian model yang disajikan pada Tabel 5. Hasil Uji Hausman menunjukkan nilai *cross section Random* sebesar 0,0091 dimana nilai tersebut < 0,05. Didapatkan kesimpulan bahwa model yang lebih tepat untuk penelitian ini adalah model *fixed effect* dibandingkan dengan *random effect*. Sehingga, tidak perlu dilakukan uji *Langrage Multiplier*.

Hasil Analisis Regresi Data Panel

Berdasarkan pengujian model yang telah dilakukan menghasilkan estimasi model regresi *Fixed Effect* sebagai model terbaik.

Tabel 6.
Hasil Uji Fixed Effect

Dependent Variable: CSR				
Method: Panel Least Squares				
Date: 02/04/20 Time: 14:24				
Sample: 2017 2018				
Periods included: 2				
Cross-sections included: 17				
Total panel (balanced) observations: 34				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-6.590803	2.407343	-2.737791	0.0160
ROE	0.518566	0.304798	1.701344	0.1110
SG	-0.051949	0.032093	-1.618688	0.1278
UP	0.222377	0.077314	2.876303	0.0122
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.910897	Mean dependent var	0.419983	
Adjusted R-squared	0.789972	S.D. dependent var	0.069161	
S.E. of regression	0.031696	Akaike info criterion	-3.776107	
Sum squared resid	0.014065	Schwarz criterion	-2.878248	
Log likelihood	84.19382	Hannan-Quinn criter.	-3.469912	
F-statistic	7.532713	Durbin-Watson stat	3.777778	
Prob(F-statistic)	0.000194			

Sumber: Output Eviews 10

Berdasarkan hasil uji *Fixed effect* pada tabel 6 dapat dirumuskan dengan

persamaan analisis model regresi data panel sebagai berikut:

$$CSR_{Dit} = -6,590803 + 0,518566(ROE_{it}) - 0,051949(SG_{it}) + 0,222377(UP_{it}) + \epsilon$$

Penjelasan dari persamaan analisis model regresi data panel diatas adalah sebagai berikut:

1. Angka Konstanta sebesar -6,590803 (C) membuktikan apabila variabel independen yang terdiri dari profitabilitas (ROE), *sales growth* (SG), dan ukuran perusahaan (UP) bernilai nol, maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar -6,590803.
2. Angka koefisien regresi variabel profitabilitas (ROE) yakni sebesar 0,518566 dapat diartikan bahwa apabila terdapat kenaikan nilai profitabilitas sebesar 1 satuan dan variabel lainnya tetap, maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan mengalami kenaikan sebesar 0,518566 satuan.
3. Angka koefisien regresi variabel *sales growth* (SG) adalah sebesar -0,051949 dan menunjukkan arah negatif dapat diartikan bahwa apabila terdapat kenaikan nilai *sales growth* (SG) sebesar 1 satuan dan variabel lainnya tetap, maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan mengalami penurunan sebesar 0,051949 satuan.
4. Angka koefisien regresi variabel ukuran perusahaan (UP) adalah sebesar 0,222377 dan menunjukkan arah positif dapat diartikan bahwa apabila terdapat perubahan kenaikan ukuran perusahaan (UP) sebesar 1 satuan dan variabel lainnya tetap, maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan mengalami kenaikan sebesar 0,222377 satuan.

Hasil Uji Hipotesis Simultan (F)

Berdasarkan hasil uji simultan yang disajikan pada tabel 6 menunjukkan nilai Prob(F-statistic) sebesar 0,000194 dan nilai tersebut kurang dari 0,05 yang berarti H_{a1} diterima. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas (ROE), *Sales growth* (SG), dan Ukuran Perusahaan (UP) secara simultan memengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Hasil Uji Hipotesis Parsial (T)

Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial (uji T) yang disajikan pada tabel 6 didapatkan kesimpulan:

1. Profitabilitas (ROE) dengan *Return on Equity* mempunyai angka koefisien sebesar 0,518566 dan nilai probabilitas sebesar 0,1110 dimana nilai tersebut $> 0,05$ maka, H_1 ditolak. Sehingga, secara individu/parsial profitabilitas tidak memengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. *Sales Growth* (SG) mempunyai angka koefisien sebesar -0,051949 dan nilai probabilitas sebesar 0,1278 dimana nilai tersebut $> 0,05$ maka, H_2 ditolak. Sehingga, secara individu/parsial *sales growth* tidak memengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
3. Ukuran Perusahaan (UP) dengan Log n dari total aset mempunyai angka koefisien sebesar 0,222377 dan nilai probabilitas sebesar 0,0122 dimana nilai tersebut $< 0,05$ maka, H_3 diterima. Sehingga, secara individu/parsial ukuran perusahaan signifikan memengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan arah positif.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dilihat dari nilai adjusted R-square pada tabel 6 menunjukkan bahwa adjusted R-square sebesar 0,789972 atau 78,9972%. Didapatkan kesimpulan, variabel independen yang terdiri dari Profitabilitas (ROE), *Sales Growth* (SG), dan Ukuran Perusahaan (UP) dapat memberikan penjelasan kepada variabel dependen yaitu

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 78,9972% sedangkan sebagian 21,0028% oleh pengaruh faktor-faktor variabel diluar penelitian.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Secara simultan Profitabilitas dengan proksi *Return on Equity* (ROE), *Sales Growth*, dan Ukuran Perusahaan dengan proksi Log n Total Aset signifikan memengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
2. Berdasarkan pengujian secara parsial variabel Profitabilitas, *Sales Growth*, dan Ukuran Perusahaan memiliki hasil sebagai berikut:
 - a. Profitabilitas dengan proksi *Return on Equity* (ROE) tidak memengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Indeks Kompas 100 Non-Keuangan yang tercatat di BEI tahun 2017-2018. Artinya, kenaikan maupun penurunan dari profitabilitas sebuah perusahaan tidak memengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
 - b. *Sales Growth* tidak memengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Indeks Kompas 100 Non-Keuangan yang tercatat di BEI tahun 2017-2018. Artinya, kenaikan maupun penurunan dari *sales growth* sebuah perusahaan tidak memengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
 - c. Ukuran perusahaan dengan proksi (Ln) Total Aset memiliki pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Indeks Kompas 100 Non-Keuangan yang tercatat di BEI tahun 2017-2018. Artinya, ukuran perusahaan yang besar selalu diikuti dengan luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

DAFTAR PUSTAKA

Saran

1. Saran bagi penelitian selanjutnya untuk menambahkan variabel independen atau menggunakan variabel independen diluar penelitian ini seperti, umur perusahaan, tata kelola perusahaan seperti ukuran dewan komisaris dan kepemilikan manajerial, dan *leverage*.
2. Saran bagi penelitian selanjutnya untuk mengubah objek yang memiliki perbedaan karakteristik dari penelitian ini misalnya seperti perusahaan pada sektor manufaktur, sektor pertambangan, indeks LQ45, dan indeks SRI-KEHATI yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk mengetahui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan.
3. Saran bagi penelitian selanjutnya untuk menambah periode/tahun penelitian sehingga penelitian dapat lebih luas dan dapat mengetahui perkembangan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dari tahun sebelumnya untuk memperoleh hasil analisis yang lebih baik.
4. Saran bagi perusahaan diharapkan dapat memperluas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* karena, dengan pengungkapan yang luas akan menumbuhkan rasa kepercayaan *stakeholder* pada perusahaan tersebut.
5. Saran bagi investor yaitu sebelum melakukan investasi diharapkan untuk memperhatikan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) dan memperhatikan aktivitas tanggung jawab sosial yang dilaksanakan perusahaan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penelitian ini tidak terlepas dari dukungan moral maupun material yang telah dicurahkan oleh kedua orang tua dan atas arahan dosen pembimbing serta pihak-pihak yang telah menyediakan kelengkapan data penelitian sehingga penelitian ini dapat selesai dengan baik.

- Aini, A. K. (2015). Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 8.
- Apriyanti, A., & Yuliandhari, W. S. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Sales Growth terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *e-Proceeding of Management*, 5, 2433.
- Basuki, A., & Prawoto, N. (2017). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bimaswara, Suzan, L., & Mahardika, D. P. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Risiko Keuangan, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *e-Proceeding of Management*, 24-25.
- Eweje, G. (2014). *Corporate Social Responsibility and Sustainability : Emerging Trends in Developing Economics*. United Kingdom: Emerald.
- Fahmi, I. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IHM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Reporting Standard. (2017, Juni 8). *GRI Standards*. Retrieved from www.globalreporting.org: <https://www.globalreporting.org/standards>
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility (Vol. 1)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hartman, L., Joseph, D., & Chris, M. (2014). *Business Ethics : Decision Making for Personal Integrity & Social Responsibility*. USA: McGraw-Hill Irwin.

- Hidayat, D. W. (2017). The Influence of Size, Return on Equity, and Leverage on the disclosure of the Corporate Social Responsibility (CSR) in Manufacturing Companies. *International Journal of Education and Research*, 5.
- Kartini, P. T., Maiyami, R., & Wiwik, T. (2019). Pengaruh Return On Aset (ROA), Return On Equity (ROE), dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Riset Akuntansi*, 5, 161.
- Kasmir, D. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persana.
- Kencana. (2019, April 25). *BEI Dorong Perusahaan Tercatat Terapkan Pembangunan Berkelanjutan*. Retrieved from www.liputan6.com: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3950084/bei-dorong-perusahaan-tercatat-terapkan-pembangunan-berkelanjutan>
- Mardikanto, T. (2014). *CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Alfabeta.
- Munsaidah, S., Andini, R., & Supriyanto, A. (2016). Analisis Pengaruh Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage, dan Growth terhadap Corporate Social Responsibility. *Journal of Accounting*.
- Murhadi, W. R. (2015). *Analisis Laporan Keuangan, Proyeksi dan Valuasi Saham*. Jakarta: Salemba Empat.
- Riantani, S., & Nurzamzam, H. (2015). Analysis of Company Size, Financial Leverage, and Profitability and Its Effect to CSR Disclosure. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 6, 205. Retrieved from <http://jdm.unnesa.ac.id>
- Sari, Y., Suzan, L., & Budiono, E. (2017). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *e-Proceeding of Management*, 8.
- Subramanyam, K. R., & John, J. W. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sujarweni, W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Wareza, Monica. (2018, Januari 10). *OJK Minta Emiten Sampaikan Kegiatan CSR*. Retrieved from www.cnbcindonesia.com: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20180110092141-17-1088/ojk-minta-emiten-sampaikan-kegiatan-csr>