

**PENGARUH MANAJEMEN LABA, SIZE, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS
TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL
(Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Listing di BEI Periode 2014-
2016)**

**Dinda Syifana Almira
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

ABSTRACT

This study aims to analyze and obtain empirical evidence on the Effect of Earnings Management, Size, Leverage, and Profitability on Corporate Social Responsibility Disclosure in Mining Companies that registered in BEI period 2014-2016. Sampling technique using purposive sampling method, that is sampling with certain criterion. The sample study included 108 mining companies in the period of 2014-2016. Tests performed include: descriptive statistics, classical assumptions, regression, coefficient of determination, F test, and T test.

Based on the analysis, the results show that the Earnings Management, Size, and Leverage affect on Corporate Social Responsibility Disclosure. While profitability does not affect on Social Responsibility Disclosure.

Keywords: Earnings Management, Size, Leverage, Profitability, and Corporate Social Responsibility Disclosure.

I. PENDAHULUAN

Laporan keuangan tahunan (*annual report*) perusahaan merupakan sarana yang digunakan oleh manajemen perusahaan untuk menginformasikan perkembangan dan pertanggungjawaban kinerja perusahaan kepada publik. Pentingnya laporan keuangan (*annual report*) bagi perusahaan untuk menunjukkan perkembangan dan pertanggungjawaban kinerjanya kepada publik, akan mengakibatkan banyak perusahaan yang berupaya untuk memanipulasi informasi dengan memanfaatkan ketidaktahuan investor.

Salah satu cara yang dapat ditempuh oleh pihak manajemen dalam manipulasi adalah dengan melakukan manajemen laba. Perlakuan manajemen tersebut dikarenakan seringkali pihak investor hanya melihat informasi laba, tanpa memperhatikan bagaimana laba tersebut diperoleh. Perusahaan yang melakukan

manajemen laba akan mengakibatkan krisis kepercayaan dari para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Salah satu contoh kasus manajemen laba di Indonesia yakni yang terjadi pada PT. Indofarma Tbk. Laporan keuangan PT. Indofarma Tbk. diaudit oleh auditor internal, namun setelah dilakukan audit oleh auditor eksternal terdeteksi suatu kecurangan, yakni manajemen perusahaan melakukan manipulasi laba yang pada akhirnya membuat citra perusahaan terlihat buruk di mata investor dan masyarakat.

Dalam upaya mengatasi kecenderungan ketidakpercayaan *stakeholder*, pihak manajemen akan membuat suatu kebijakan guna membangun citra baik perusahaan. Kebijakan tersebut salah satunya dengan melalui praktik tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial dapat dikatakan sebagai kontribusi perusahaan kepada beberapa pihak, baik internal maupun eksternal dengan cara manajemen dampak (meminimalisir dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif) terhadap seluruh *stakeholder*.

Di Indonesia, pengungkapan tanggung jawab sosial diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas (PT), sedangkan implementasi atas peran tanggung jawab sosial diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 Pasal 74. Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan harus dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan, sesuai dengan pasal 66 ayat 2c.

Pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial telah membuat banyak peneliti melakukan penelitian dan diskusi lebih lanjut mengenai praktik tanggung jawab sosial. Penelitian mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan oleh peneliti-peneliti, baik dari dalam maupun luar negeri, seperti; Haryudanto (2011), Widyatmoko (2011), Wardani (2013), Mukti dan Kurnia (2015), Aini (2015), Putri (2016), Sunaryo (2016), Pitoyo (2016), Ashsifa (2016), Istiana (2016), dan Timur

(2017) yang meneliti mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Perbedaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada tiap perusahaan dikarenakan setiap perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Veronica (2011) menyatakan bahwa semakin kuat karakteristik yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan tanggung jawab sosial maka akan semakin kuat pula pemenuhan tanggung jawab sosialnya. Dalam hal ini, karakteristik perusahaan yang akan diteliti adalah *size* (ukuran perusahaan), *leverage*, dan profitabilitas.

Size atau ukuran perusahaan berkaitan dengan besar atau kecilnya suatu entitas bisnis. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat diukur dari total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar *size* perusahaan, maka akan semakin besar pula popularitas perusahaan di mata publik. Informasi mengenai perusahaan akan cenderung mudah untuk didapatkan oleh masyarakat. Kompleks dan banyaknya aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan besar, maka akan mengakibatkan dampak yang lebih besar pula terhadap masyarakat.

Selain *size*, karakteristik perusahaan dapat diukur dengan melihat tingkat *leverage*. *Leverage* berkaitan dengan struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan, yakni perbandingan dari permodalan yang diperoleh perusahaan dari luar dan yang dimiliki oleh internal perusahaan. Karakteristik perusahaan lain yang juga diuji untuk menjelaskan variasi suatu *corporate social responsibility disclosure* adalah tingkat profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan untuk mendapatkan laba atas proses kinerja, aktivitas, dan operasional perusahaan dalam periode tertentu.

Pemilihan industri pertambangan sebagai objek penelitian dikarenakan industri pertambangan adalah industri *high profile* yang aktivitas operasinya banyak mendapatkan sorotan dari masyarakat. Di samping itu, Indonesia adalah negara kaya

yang alamnya memiliki kandungan bahan galian tambang luar biasa. Terangkatnya kembali isu-isu mengenai perusahaan-perusahaan pertambangan besar yang muncul ke permukaan mendorong peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

II. KERANGKA TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Teori Keagenan

Hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut. Jika agen tidak berbuat sesuai kepentingan *principal*, maka akan terjadi konflik keagenan (*agency conflict*), sehingga memicu biaya keagenan (*agency cost*).

B. Teori Institusional

Teori institusional atau biasa di sebut teori kelembagaan merupakan teori yang mendasari terbentuknya organisasi karena tekanan lingkungan institusional yang menyebabkan terjadinya institusionalisasi. Institusi atau institusional adalah aturan aturan yang diciptakan oleh manusia untuk mengatur dan membentuk interaksi politik, sosial dan ekonomi. Aturan tersebut terdiri dari aturan formal dan aturan informal serta proses penegakan aturan tersebut. Prinsip dasar teori ini adalah bahwa kelangsungan hidup organisasi membutuhkan organisasi tersebut untuk menyesuaikan diri terhadap norma-norma sosial dari perilaku yang dapat diterima.

Secara umum organisasi terbentuk oleh lingkungan institusional yang ada di sekitar mereka. Ide-ide yang berpengaruh kemudian di institusionalkan/dianggap sah dan diterima sebagai cara berpikir ala organisasi

tersebut. Dalam teori institusional terdapat dua bentuk institusional yang terjadi, yakni:

1. *Isomorphis* (isomorfisma)

Mengacu pada proses menghambat yang memaksakan satu unit dalam populasi menyerupai unit lain dalam menghadapi setiap kondisi lingkungan yang sama.

2. *Mimesis Isomorphis*

Imitasi sebuah organisasi oleh organisasi yang lain/ organisasi sering menyalin praktek organisasi lain untuk keunggulan kompetitif dan untuk mengurangi ketidakpastian. Ketidakpastian merupakan kekuatan yang mendorong imitasi.

3. *Normatif Isomorphis*

Tekanan dari norma-norma kelompok tertentu untuk mengadopsi praktek-praktek institusional karena adanya tuntutan profesional.

C. Manajemen Laba

Teori keagenan dapat menjelaskan mengapa terjadi manajemen laba. Manajemen yang mengetahui lebih banyak informasi dalam perusahaan dan prospek perusahaan di masa mendatang dibandingkan dengan pemilik perusahaan berkewajiban memberikan laporan mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik perusahaan dalam bentuk laporan keuangan. Perbedaan informasi antara manajemen dan pemilik perusahaan tersebut dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan manajemen laba untuk menyesatkan pemilik perusahaan mengenai kinerja ekonomi perusahaan.

D. *Size*

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Perusahaan yang berukuran lebih besar merupakan emiten yang banyak disoroti dan cenderung memiliki keinginan masyarakat akan informasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil. Perusahaan besar juga akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial.

E. *Leverage*

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi berarti sangat tergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri.

F. Profitabilitas

Brigham (1999) dalam Mukti dan Kurnia (2015) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang merupakan hasil bersih dari kebijakan-kebijakan dan keputusan-keputusan manajemen, baik dalam mengelola likuiditas, aset ataupun utang perusahaan. Profitabilitas merupakan tolak ukur dalam menentukan alternatif pembiayaan, namun cara untuk menilai profitabilitas suatu perusahaan adalah bermacam-macam tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan dibandingkan dari

laba yang berasal dari operasi perusahaan atau laba netto sesudah pajak dengan modal sendiri.

G. Tanggung jawab sosial

Tanggung jawab sosial atau yang disebut juga sebagai *corporate social responsibility*, secara teoritis masih mengalami kontradiksi. Carroll (1986) dalam Widyatmoko (2011) mendefinisikan CSR kedalam 4 bagian yaitu: tanggung jawab ekonomi (*economic responsibilities*), tanggung jawab hukum (*legal responsibilities*), tanggung jawab etis (*ethical responsibilities*), tanggung jawab filantropis (*philanthropic responsibilities*).

Indira (2005) menyatakan bahwa pada dasarnya kemauan untuk melaksanakan *corporate social responsibility* tergantung pada tingkat kepekaan sosial (*social sensiveness*) manajemen perusahaan, dimana tingkat kepekaan pengelola perusahaan adalah merupakan akumulasi dari tingkat kepekaan masing-masing individu yang menduduki berbagai tingkatan jabatan organisasi perusahaan yang bersangkutan.

H. Pengungkapan tanggung jawab sosial

Pengungkapan (*disclosure*) kaitannya dalam laporan keuangan, mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha. Dengan demikian, informasi tersebut harus lengkap, jelas, serta mampu menggambarkan secara tepat, mengenai kejadian-kejadian ekonomi yang berpengaruh terhadap hasil operasi unit usaha. Menurut Hendriksen dan Breda (2002), pengungkapan didefinisikan sebagai penyediaan atau penyampaian informasi keuangan tentang suatu perusahaan di dalam laporan keuangan, biasanya berupa laporan tahunan.

Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat dikelompokkan menjadi pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) merupakan pengungkapan informasi yang wajib diberitahukan sebagaimana diatur dalam ketentuan Bapepam. Sedangkan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) yaitu pengungkapan informasi diluar pengungkapan wajib yang diberikan dengan sukarela oleh perusahaan kepada para pemakai (Yularto dan Chariri, 2003). Dimana dalam pengungkapan sukarela yang di laporkan dalam laporan tahunan ini terdapat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

I. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Manajemen Laba terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Manajemen laba adalah tindakan manipulasi laba dengan cara meningkatkan dan menurunkan laba perusahaan dalam laporan keuangan yang dilakukan oleh pihak manajemen. Ketika pemilik perusahaan atau shareholder menemukan indikasi terjadinya manajemen laba di dalam perusahaannya, maka nilai perusahaan langsung turun drastis di dalam pasar saham. Tentu saja hal tersebut akan berdampak sangat serius terhadap pemilik perusahaan dan *stakeholder* yang lainnya. Ketika hal tersebut terjadi, maka *stakeholder* akan melakukan aksi yang akan mengancam keberadaan manajemen.

Usaha yang memungkinkan dilakukan oleh manajer untuk mengamankan posisi mereka adalah dengan membuat dan melibatkan diri dalam kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder* dan lingkungan sosial masyarakat, dalam hal ini *corporate social responsibility* (CSR). Untuk menarik dukungan dari kelompok tersebut, kegiatan CSR yang biasa dilakukan adalah: memasukkan

aspek sosial ke dalam proses produksi, mengadopsi praktek pengembangan sumber daya manusia secara progresif, meningkatkan kegiatan yang ramah lingkungan melalui kegiatan daur ulang dan pengurangan polusi dan limbah, atau dengan mempercepat tujuan dari organisasi masyarakat (Haryudanto, 2011).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Haryudanto (2011), menyatakan bahwa manajer dalam perusahaan yang melakukan manajemen laba cenderung semakin aktif dalam meningkatkan citra dan menarik dukungan dari publik dan *stakeholder* melalui kebijakan CSR.

Manajer percaya bahwa dengan memenuhi kepuasan *stakeholder* dan mewujudkan kesan yang baik terhadap lingkungan dan sosial maka kecurigaan dan kewaspadaan dari *stakeholder* dapat dikurangi sehingga kemungkinan untuk diamati oleh *stakeholder* yang sudah puas juga dapat dikurangi.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian Mustika (2015) yang menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Atas dasar tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah

H₁: Manajemen laba berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

2. Pengaruh *Size* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Size merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. *Size* perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain Mukti dan Kurnia (2015), Munsaidah dkk. (2016),

Ashifa (2016), Pitoyo (2016), dan Timur (2017). Secara umum, menurut Gray et al., (1992) dalam Sembiring (2005), kebanyakan penelitian yang dilakukan mendukung hubungan antara *size* perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan asumsi teori agensi, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₂: *Size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

3. Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Leverage berkaitan dengan struktur modal yang dimiliki perusahaan, yakni perbandingan pendanaan perusahaan yang diperoleh dari dalam maupun dari pihak luar. Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi berarti dalam pendanaan perusahaan sangat bergantung pada pihak luar. Sebaliknya, perusahaan dengan tingkat *leverage* lebih rendah cenderung membiayai aktivitas operasional perusahaan sendiri. Oleh karena itu, perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi akan lebih banyak berhubungan dengan pihak eksternal. Demi mendapatkan citra baik, perusahaan akan melakukan pengungkapan lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan dengan tingkat *leverage* rendah.

Uraian tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purnaisiwi dan Sudarno (2010), Aini (2015), Munsaidah, dkk. (2016), dan Dewi (2015) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Dari pernyataan tersebut maka hipotesis penelitian yaitu:

H₃: *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

4. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba melalui kinerja, operasi, dan aktivitas perusahaan dalam suatu periode. Donovan dan Gibson (2000) dalam Mukti dan Kurnia (2015) menyatakan bahwa salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas mempunyai hubungan yang negatif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurkhin (2009), Irmawati (2011), Dewi (2015), Aini (2015), dan Timur (2017) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Konsisten dengan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₄: Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

III. METODE PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yakni seluruh perusahaan *go public* (perusahaan terbuka) yang terdaftar di BEI, yakni sejumlah 168 perusahaan. Periode penelitian yang digunakan adalah 2014, 2015, dan 2016. Teknik penyampelan yang digunakan yaitu teknik *Purposive Sampling*.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Dependen

Pengungkapan sosial perusahaan diukur dengan menggunakan *check list*, yang selanjutnya disusun dalam daftar item pengungkapan. *Check list* yang digunakan pada penelitian ini didasarkan pada *check list* penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sembiring (2005).

Selanjutnya, dilakukan pengukuran berdasarkan pada indeks pengungkapan perusahaan dengan cara membagi antara jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan dengan jumlah item yang diharapkan diungkapkan. Perhitungan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), rumusnya adalah sebagai berikut:

$$CSR = \frac{V}{M}$$

Keterangan:

CSR : Indeks pengungkapan perusahaan.

V : Jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan.

M : Jumlah item yang diharapkan diungkapkan.

2. Variabel Independen

a. Manajemen Laba

Manajemen laba didefinisikan sebagai tindakan manajer untuk meningkatkan atau mengurangi laba yang dilaporkan saat ini atas suatu unit usaha di tempat manajer tersebut bertanggungjawab tanpa mengakibatkan peningkatan atau penurunan profitabilitas ekonomi jangka

panjang. Pada penelitian ini, manajemen laba dideteksi dengan menggunakan Total Akruai. Langkah perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$TA_t = \Delta CA_t - \Delta Cash_t - \Delta CL_t + \Delta DCL_t - DEP_t$$

Keterangan:

ΔCA_t adalah perubahan asset lancar tahun ke t;

$\Delta Cash_t$ adalah perubahan kas dan ekuivalen kas tahun ke t

ΔCL_t adalah perubahan - hutang lancar tahun ke t

ΔDCL_t adalah perubahan hutang termasuk hutang lancar tahun ke t

DEP_t adalah beban depresiasi dan amortisasi tahun ke t

b. *Size*

Size atau ukuran perusahaan berkaitan dengan besar atau kecilnya suatu entitas bisnis. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat diukur dari total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Adapun pengukurannya menggunakan rumus:

$$Size = \log N (\text{total aset})$$

c. *Leverage*

Leverage berkaitan dengan struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan, yakni perbandingan antara dana yang diperoleh perusahaan dari luar dan dana yang dimiliki oleh perusahaan. Pengukuran *leverage* diukur berdasarkan ratio total kewajiban terhadap modal, skala yang digunakan adalah skala rasio.

$$Debt\ Equity\ Ratio = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}}$$

d. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atas kinerja, operasi, dan aktivitasnya selama suatu

periode. Pengukuran profitabilitas yang digunakan adalah ROA (*Return On Asset*), dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

C. Uji Hipotesis dan Analisis Data

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis 1 sampai dengan hipotesis 4 menggunakan uji regresi linier berganda. Pengujian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima apabila nilai $\text{sig} < \alpha$.

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

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

Keterangan:

Y= Pengungkapan tanggung jawab sosial

b= Koefisien regresi

X1= Manajemen laba

X2= *Size*

X3= *Leverage*

X4= Profitabilitas

e= *error*

Uji Analisis Data

1. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar suatu variabel independen dapat menjelaskan suatu variabel dependen, ditunjukkan dengan melihat nilai *Adjusted R Square* pada tabel.

2. Uji Statistik T

Uji statistik T bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial suatu variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi.

Apabila nilai $\text{sig} < \alpha$ (0.05) dan searah dengan hipotesis, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima.

3. Uji Statistik F

Uji statistik F ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh simultan suatu variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi. Apabila nilai sign kurang dari α (0.05), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

IV. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

A. Uji Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai variabel penelitian dan dapat dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, maksimum, minimum.

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Nilai Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar $0.518 > \alpha$ 0.05. Nilai Asymp.Sig. (2-tailed) lebih besar dari α 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Ghozali (2005) menyatakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Data akan bebas multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* lebih besar dari 0.1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Hasil uji multikolinearitas

menunjukkan nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu data terdapat korelasi pengganggu. Model yang diperoleh sesuai dengan syarat $DU < DW < 4-DU$ yaitu $1.7637 < 1.795 < 2.2363$ menunjukkan bahwa data pada penelitian tidak terjadi autokorelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi kesamaan variasi dari residual pengamatan satu ke pengamatan yang lainnya dalam suatu model regresi. Data akan bebas heteroskedastisitas apabila nilai sig lebih besar dari α 0,05. Variabel independen menunjukkan nilai Sig. seluruh variabel lebih besar dari α 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas

C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

1. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar suatu variabel independen dapat menjelaskan suatu variabel dependen, ditunjukkan dengan melihat nilai *Adjusted R Square* pada tabel. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) adalah sebesar 0,264 atau 26,4%, hal ini menunjukkan bahwa Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Pertambangan di Indonesia sebesar 26,4% dipengaruhi oleh variabel Manajemen Laba, *Size*, *Leverage*, dan Profitabilitas. Sedangkan sisanya 73,6% (100%-26,4%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

2. Uji Statistik F

Nilai signifikan sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$. Artinya, variabel independen Manajemen Laba, Size, Leverage, dan Profitabilitas berpengaruh simultan terhadap variabel dependen Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.

3. Uji Statistik T

Manajemen laba, *size*, *leverage* memiliki nilai koefisien regresi berturut-turut yang arahnya positif sebesar $0,000; 0,007; 0,004 < \alpha (0,05)$. Maka dapat disimpulkan bahwa manajemen laba, *size*, dan *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Profitabilitas memiliki nilai koefisien regresi yang arahnya positif sebesar $0,025$ dengan signifikansi sebesar $0,751 > \alpha (0,05)$. Maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

a. Manajemen Laba terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Manajemen laba adalah tindakan manipulasi laba dengan cara meningkatkan dan menurunkan laba perusahaan dalam laporan keuangan yang dilakukan oleh pihak manajemen. Ketika pemilik perusahaan atau shareholder menemukan indikasi terjadinya manajemen laba di dalam perusahaannya, maka nilai perusahaan langsung turun drastis di dalam pasar saham. Tentu saja hal tersebut akan berdampak sangat serius terhadap pemilik perusahaan dan *stakeholder* yang lainnya. Ketika hal tersebut terjadi, maka stakeholder akan melakukan aksi yang akan mengancam keberadaan manajemen.

Usaha yang memungkinkan dilakukan oleh manajer untuk mengamankan posisi mereka adalah dengan membuat dan melibatkan diri

dalam kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder* dan lingkungan sosial masyarakat, dalam hal ini tanggung jawab sosial. Untuk menarik dukungan dari kelompok tersebut, kegiatan tanggung jawab sosial yang biasa dilakukan adalah: memasukkan aspek sosial ke dalam proses produksi, mengadopsi praktek pengembangan sumber daya manusia secara progresif, meningkatkan kegiatan yang ramah lingkungan melalui kegiatan daur ulang dan pengurangan polusi dan limbah, atau dengan mempercepat tujuan dari organisasi masyarakat (Haryudanto, 2011).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haryudanto (2011), dan Mustika (2015) yang menemukan bahwa manajemen laba berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Selain itu, penelitian yang juga berhasil membuktikan pengaruh manajemen laba terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial adalah penelitian yang dilakukan oleh

b. *Size* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

Size merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. *Size* perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, dan sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mukti dan Kurnia (2015), Munsaidah dkk. (2016), Ashifa (2016), Pitoyo (2016), dan Timur (2017), yang berhasil mendukung hubungan antara kedua variabel ini.

c. *Leverage* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Leverage berkaitan dengan struktur modal yang dimiliki perusahaan, yakni perbandingan pendanaan perusahaan yang diperoleh dari dalam maupun dari pihak luar. Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi berarti dalam pendanaan perusahaan sangat bergantung pada pihak luar. Sebaliknya, perusahaan dengan tingkat *leverage* lebih rendah cenderung membiayai aktivitas operasional perusahaan sendiri. Oleh karena itu, perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi akan lebih banyak berhubungan dengan pihak eksternal. Demi mendapatkan citra baik, perusahaan akan melakukan pengungkapan lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan dengan tingkat *leverage* rendah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purnaisiwi dan Sudarno (2010), Aini (2015), Munsaidah, dkk. (2016), dan Dewi (2015) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

d. Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba melalui kinerja, operasi, dan aktivitas perusahaan dalam suatu periode. Pada penelitian ini, profitabilitas diukur dengan menggunakan ROA (*Return On Asset*) dengan cara membagi antara laba bersih setelah pajak dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak berhasil mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nurkhin (2009), Irmawati (2011), Dewi (2015), Aini (2015),

dan Timur (2017) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan pada penelitian ini, menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya tidak dipengaruhi oleh tingkat profitabilitas yang didapatkan oleh perusahaan tersebut, melainkan apabila perusahaan ingin mengungkapkan tanggung jawab sosialnya, maka perusahaan tersebut akan menuliskannya di laporan tahunan tidak peduli tingkat profitabilitas perusahaan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Simpulan hasil penelitian dapat dikemukakan bahwa manajemen laba, *size*, dan *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

B. Saran

1. Menambahkan periode tahun dalam penelitian.
2. Menambahkan variabel independen penelitian sehingga penelitian dapat mendapatkan hasil yang lebih baik lagi. Misalnya ukuran dewan komisaris, dll.
3. Dapat menambahkan variabel moderasi maupun intervening pada penelitian selanjutnya.
4. Memperluas objek penelitian. Menambah atau mengganti sampel serta populasi tidak hanya pada satu sektor perusahaan saja sehingga mungkin

mendapatkan hasil yang akan berbeda. Selain itu juga dapat tidak hanya menggunakan perusahaan yang terdaftar dari BEI saja.

C. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian hanya menggunakan satu sektor perusahaan dan periode 3 tahun, sehingga hasil penelitian kurang relevan apabila dikaitkan untuk semua sektor perusahaan, dan penarikan kesimpulan menjadi kurang kuat.
2. Variabel yang digunakan kurang dalam menggambarkan pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
3. Subyektif dalam menilai indeks luas pengungkapan, karena akan berbeda dari sudut pandang setiap orang yang akan membacanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, A. K. 2015. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia (BEI)*. Skripsi. Universitas Mulawarman. Samarinda.
- Ambarwati, R. 2016. *Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Siklus Operasi Perusahaan, Likuiditas, Leverage, dan Klasifikasi Industri Terhadap Manajemen Laba*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Anggraini. 2006. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Ashsifa, I. 2016. *Pengaruh Corporate Governance dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Belkaoui, A. and P. G. Karpik. 1989. *Determinants of the Corporate Decision to Disclose Sosial Information*. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 2, No. 1, p. 36- 51.
- Chariri, A. dan I. Ghazali. 2007. *Teori Akuntansi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Coller, P. dan A. Gregory. 1999. *Audit committee activity and agency cost*. *Journal of Accounting and Public Policy*. 18(4-5): 311-332.

- Dahlsrud, A. 2006. *How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions*. http://csr-norway.no/papers/2007_dahlsrud_CSR.pdf.
- Dewi, S. N. 2015. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)*. Jurnal Akuntansi, Universitas Pattimura. Ambon.
- Donovan, A. dan K. Gibson. 2000. *Environmental Disclosure in the Corporate Annual Report: A Longitudinal Australian Study*. Paper. for Presentation in the 6th Interdisciplinary Environmental Association Conference. Montreal. Canada.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hackston, D. and M. J. Milne. 1996. *Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies*. Accounting, Auditing and Accountability Journal. Vol. 9, No. 1, p. 77-108.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Heryudanto, D. 2011. *Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Tingkat Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan*. Skripsi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hartadi, Bambang. 2009. *Pengaruh Fee Audit, Rotasi Kap, dan Reputasi Auditor terhadap Kualitas Audit di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan. Universitas Teknologi Yogyakarta. Yogyakarta.
- Hasibuan, M. R. 2001. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan Emiten di BEJ dan BES*. Tesis. Program Pascasarjana Universitas Diponegoro. Semarang.
- Healy, Paul M. dan Krishna G Palepu. 2001. *Information Asymmetry, Corporate Disclosure, and the Capital Markets: A Review of the Empirical Disclosure Literature*. Journal of Accounting and Economics. Vol 31, Issues 1-3, p. 405-440.
- Hendriksen, E. S. dan M. F. V. Breda. 2002. *Teori Akunting*. Edisi Ke 5. Penerbit Interaksara. Batam.
- Indira. 2005. *Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan*. Jurnal MAKSI. Vol 5, No. 2 Agustus: 227-243.
- Indrawan, D. C. 2011. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Irmawati, Didin. 2011. *Pengaruh Size, Leverage, Profitabilitas dan Kepemilikan Manajemen Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) (Studi pada Perusahaan-perusahaan dalam Jakarta Islamic Index 2009-2010)*. Jurnal Akuntansi. Universitas Negeri Semarang.
- Istiana, C. 2016. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.

- Mukti, A. dan Kurnia. 2015. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Jurnal Akuntansi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Surabaya.
- Munsaidah, Siti dkk., 2016. *Analisis Pengaruh Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage, dan Growth Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2010-2014*. Jurnal Akuntansi, Volume 2 No. 2 Maret 2016.
- Nurkhin, Ahmad. 2009. *Corporate Governance dan Profitabilitas; Pengaruhnya terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Jurnal Akuntansi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Pitoyo, Stephanus Wahyu. 2016. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Skripsi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Purnaisiwi, J. dan Sudarno. 2010. *Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Putri, G. V. 2016. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Scott, W. R. 2000. *Financial Accounting Theory. 2nd edition*. Prentice Hall Canada Inc. Canada.
- Sekaran, U. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Buku 1*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Sembiring, E. R. 2003. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab sosial: Study Empiris Pad perusahaan Yang Terdaftar (Go – Public) di Bursa Efek Jakarta*. Tesis. Program Studi Magister Sains Akutansi Program Pascasarjana Universitas Diponegoro. Semarang.
- Sunaryo, Bustan Arya. 2016. *Pengaruh Size, Profitabilitas, Leverage, dan Umur terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta*. Jurnal MAKSI. vol.6 no.1.
- Timur, R. M. 2017. *Pengaruh Corporate Governance, Leverage, Size, dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Laporan Keuangan*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 *Perseroan Terbatas*. Lembaran Negara RI Tahun 2007 Nomor 115. Jakarta.

Veronica, Theodora Martina. 2011. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi. Universitas Gunadarma. Jakarta.

Wardani, Nurul Kusuma. 2013. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.

Widyatmoko, R. 2011. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Laporan Tanggung jawab Sosial*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.

Yularto, A. dan A. Chariri. 2003. *Analisis Perbandingan Luas Pengungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta Sebelum Krisis dan Pada Periode Krisis*. Jurnal Maksi. vol. 2, Januari pp. 35-51.

www.idx.co.id diakses pada bulan Juni 2017.

www.ptfi.co.id diakses pada bulan Juni 2017.

www.tempo.co.id diakses pada bulan Juni 2017.