

Faktor Keuangan, Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Nyoman Padmi Damayanti¹

Luh Gede Krisna Dewi²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia

*Correspondences : padmi425@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian bertujuan menguji secara empiris pengaruh faktor keuangan yang terdiri dari profitabilitas, leverage, dan kapitalisasi pasar serta faktor karakteristik yang terdiri dari umur perusahaan, ukuran perusahaan, dan profil perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian dilakukan pada perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2020. Populasi pada penelitian berjumlah 25 perusahaan BUMN. Penarikan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 18 perusahaan yang memenuhi kriteria. Analisis data penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas, *leverage*, kapitalisasi pasar, umur perusahaan, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sedangkan profil perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini secara teoritis dapat mengkonfirmasi penggunaan teori *stakeholder* dan teori legitimasi.

Kata Kunci: Profitabilitas; Kapitalisasi Pasar; Umur Perusahaan; Profil Perusahaan; *Corporate Social Responsibility*.

Financial Factors, Company Characteristics and Corporate Social Responsibility Disclosure

ABSTRACT

This study aims to empirically examine the effect of financial factors consisting of profitability, leverage, and market capitalization as well as characteristic factors consisting of company age, company size, and company profile on the disclosure of *Corporate Social Responsibility* (CSR). The study was conducted on state-owned companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2016-2020. The population in the study amounted to 25 state-owned companies. Sampling using *purposive sampling* technique as many as 18 companies that meet the criteria. Analysis of research data using multiple linear regression analysis. The results showed that profitability, leverage, market capitalization, company age, and company size did not affect the disclosure of *Corporate Social Responsibility*, while the company profile had a positive effect on the disclosure of *Corporate Social Responsibility*. This research can theoretically confirm the use of *stakeholder* theory and *legitimacy* theory.

Keywords: Profitability; Market Capitalization; Company Age; Company profile; *Corporate Social Responsibility*.

Artikel dapat diakses : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>



e-ISSN 2302-8556

Vol. 32 No. 8

Denpasar, 26 Agustus 2022

Hal. 1968-1986

DOI:

10.24843/EJA.2022.v32.i08.p02

PENGUTIPAN:

Damayanti, N. P. & Dewi, L.

G. K. (2022). Faktor

Keuangan, Karakteristik

Perusahaan dan

Pengungkapan *Corporate*

Social Responsibility. *E-Jurnal*

Akuntansi, 32(8), 1968-1986

RIWAYAT ARTIKEL:

Artikel Masuk:

17 Mei 2022

Artikel Diterima:

22 Agustus 2022

PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial perusahaan bisa menjadi salah satu strategi bisnis bagi perusahaan untuk jangka panjang. Tanggung jawab sosial yang harus dipenuhi oleh perusahaan bukan hanya dari aspek ekonomi saja, melainkan mencakup aspek sosial dan lingkungan (Rosiana *et al.*, 2013). Kegiatan CSR merupakan bentuk kepedulian perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan terhadap dampak kegiatan yang sebabkan perusahaan (Indriyani & Yuliandhari 2020). Kegiatan CSR awalnya merupakan kegiatan bersifat sukarela (Rosyada & Astrina, 2018), kemudian kegiatan ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang diwajibkan melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) dan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang menyatakan setiap penanam modal wajib melakukan TJSL (ojk.go.id). Tujuan pengungkapan tanggung jawab sosial digunakan sebagai proses komunikasi atas dampak yang terjadi di lingkungan sekitar perusahaan (Sulistiyorini & Suryono, 2019). Tanggung jawab sosial perusahaan dipahami sebagai cara perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial, lingkungan, dan ekonomi ke dalam nilai, budaya, strategi, pengambilan keputusan, dan operasi mereka secara transparan dan akuntabel (Reverte, 2016). Dewi & Sari (2019) juga menyatakan tidak semua perusahaan mengungkapkan kegiatan CSR-nya pada laporan tahunan dikarenakan pengungkapannya yang masih bersifat sukarela. Pengungkapan yang masih bersifat sukarela ini menjadikan kebijakan CSR berbeda-beda di tiap perusahaan walaupun dengan sektor industri yang sama (Sari, 2012). Manfaat yang didapat perusahaan dalam pengungkapan CSR-nya untuk mempertahankan dan mendongkrak reputasi perusahaan, mempermudah izin beroperasi, kesempatan untuk melebarkan akses menuju sumber daya dan market yang lebih besar, hingga membuka peluang untuk mendapatkan penghargaan (Wahyuningsih & Mahdar, 2018).

Stakeholder Theory menjelaskan pentingnya perusahaan memenuhi kebutuhan *stakeholder* dengan menjaga kelestarian lingkungan dan menarik perhatian masyarakat dengan kepedulian yang diberikan agar memberikan citra baik di mata masyarakat (Sulistiyorini & Suryono, 2019). Teori ini menjelaskan bahwa melalui pengungkapan CSR, *stakeholder* memperoleh informasi tentang aktivitas perusahaan untuk menilai perusahaan dalam melakukan tanggungjawab sosial dan lingkungan (Indriyani & Yuliandhari, 2020). Pengungkapan CSR menunjukkan bahwa perusahaan telah mempertanggungjawabkan kegiatan yang dilakukan.

Legitimacy Theory memberikan suatu alasan logis mengenai legitimasi organisasi yang menunjukkan pengaruh dari masyarakat luas dalam menentukan sumber keuangan dan ekonomi lainnya (Tampubolon & Siregar, 2019). Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap lingkungan di sekitarnya, hal tersebut dapat menjaga tingkat eksistensi perusahaan dan keberlangsungan hidup perusahaan kedepannya agar dapat diterima dengan baik oleh masyarakat (Yanti *et al.*, 2021). Febyani (2016) menambahkan tujuan perusahaan melakukan pengungkapan CSR untuk memperoleh persepsi positif dari masyarakat di sekitar perusahaan berdiri. Hubungan teori legitimasi dengan pengungkapan CSR

perusahaan terletak pada perusahaan yang secara tidak langsung dalam pengungkapan aktivitas CSR-nya akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat.

Terdapat beberapa macam faktor yang dapat dapat digunakan sebagai rasio untuk mengukur pengaruh pengungkapan pada *Corporate Social Responsibility*. Seperti yang diungkapkan oleh Tua (2021) menyatakan profitabilitas menjadi faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Dewi & Sari (2019) juga menyatakan bahwa *leverage* dan ukuran perusahaan juga mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan. Serta beberapa rasio yang di ungkapkan oleh Oviliana *et al.* (2021) seperti umur perusahaan dan ukuran perusahaan juga menjadi faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Wagiswari & Badera (2019) menambahkan profil perusahaan sebagai faktor yang mempengaruhi dalam pengungkapan CSR. Adapun penelitian ini dilakukan untuk meneliti pengaruh faktor keuangan dan faktor karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, yang dimana faktor keuangan terdiri dari profitabilitas, *leverage*, dan kapitalisasi pasar, sedangkan faktor karakteristik terdiri dari umur perusahaan, ukuran perusahaan, dan profil perusahaan

Sebuah perusahaan didirikan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan, salah satunya menghasilkan keuntungan atau *profitable*. Abbas *et al.* (2019) menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan sebuah kegiatan yang memerlukan pembiayaan lebih, sehingga jika suatu perusahaan dikatakan *profitable* maka memungkinkan perusahaan akan melaksanakan program CSR yang lebih besar lagi. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan Indriyani & Yulianthari (2020) dan Dewi & Sari (2019), bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar tingkat profitabilitas yang diperoleh perusahaan, maka semakin banyak perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

Leverage memberikan gambaran terkaitan struktur modal dan risiko tak tertagihnya hutang yang dimiliki oleh perusahaan (Muliyani & Hermanto, 2018). Didukung oleh pernyataan Dewi & Sari (2019) bahwa sebuah perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan lebih luas dalam pengungkapan CSR-nya karena dengan mengungkapkan informasi diharapkan akan menghilangkan keraguan yang muncul dari masyarakat, maka dengan itu perusahaan tetap akan mendapatkan sebuah legitimasi dari masyarakat sekitar. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih & Mahdar (2018) dan Yanti *et al.* (2021) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan dikarenakan perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan tanggung jawabnya lebih luas dibandingkan dengan perusahaan yang tingkat *leverage* rendah.

Indraswari & Mimba (2017) dalam penelitiannya menyatakan kapitalisasi pasar menjadi salah satu penentu dalam pengungkapan CSR. Harga saham yang semakin tinggi akan mempengaruhi banyaknya investor yang ingin bergabung/membeli saham perusahaan (Oktavila & Erinos, 2019). Dengan banyaknya investor yang tertarik maka perusahaan akan dituntut untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya lebih luas. Didukung dengan penelitian Indraswari & Mimba (2017), nilai kapitalisasi pasar berpengaruh

terhadap pengungkapan CSR karena, perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang besar akan memiliki hubungan yang luas terhadap para *stakeholder*, maka manajemen akan mengungkapkan informasi secara luas dan terperinci.

Semakin lama perusahaan berdiri maka dianggap semakin berpengalaman didalam dunia bisnis dan semakin mengetahui kebutuhan informasi para penggunanya melalui pengungkapan CSR yang dilakukan secara sukarela (Trijaya & Riswandari, 2017). Rasio umur perusahaan memiliki hubungan dengan teori *stakeholder*, yaitu perusahaan dengan umur yang lebih tua memiliki pengalaman yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan baru, dan akan lebih mengerti informasi apa saja yang dibutuhkan oleh para *stakeholder* (Oviliana *et al.*, 2021). Sejalan dengan penelitian Limbong (2019) dan Madani & Gayatri (2021) yang menyatakan umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR karena, jika umur perusahaan lebih tua maka lebih banyak memiliki pengalaman dan kegiatan CSR pun meningkat.

Ukuran perusahaan juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Tampubolon & Siregar, 2019). Ukuran perusahaan berkaitan dengan teori *stakeholder*, yang dimana semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak *stakeholder* yang dilibatkan (Oviliana *et al.*, 2021). Istiqomah & Amanah (2021) menambahkan bahwa perusahaan besar akan lebih luas mengungkapkan informasi sosialnya dibandingkan dengan perusahaan kecil karena risiko politis yang diterima perusahaan besar lebih banyak dibandingkan perusahaan kecil. Hal ini sejalan dengan pernyataan Trijaya & Riswandari (2017) dan Tampubolon & Siregar (2019), menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dikarenakan, semakin besar ukuran perusahaan maka semakin luas pula pengungkapan CSR-nya.

Faktor yang terakhir adalah profil perusahaan. Perusahaan yang tergolong *high profile* lebih mendapatkan perhatian dari masyarakat dikarenakan aktivitas yang dilakukan perusahaan memiliki potensi untuk berhubungan dengan kepentingan luas (Muliyani & Hermanto, 2018). Profil perusahaan dikaitkan dengan teori legitimasi yang dimana perusahaan memerlukan legitimasi dari masyarakat sekitar untuk meminimalkan tekanan dari aktivitas sosialnya (Oviliana *et al.*, 2021). Perusahaan yang mempunyai dampak besar bagi lingkungan dan masyarakat sekitar akan mengungkapkan lebih banyak informasi mengenai aktivitasnya dalam pelaporan tanggung jawab perusahaan (Muliyani & Hermanto, 2018). Sejalan dengan penelitian Purwanto (2011), Felicia & Rasmini (2015) dan Adiatma & Suryanawa (2018) yang menyatakan tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Keterbaruan pada penelitian ini terletak pada periode tahun yang diteliti yaitu 2016-2020 dengan perusahaan BUMN sebagai sampelnya. Ketertarikan pada penelitian ini berdasar kepada fenomena terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu perusahaan BUMN berhasil meraih penghargaan dalam keterbukaan pengungkapan ESG (*Environment, Social & Governance*) yang diberikan oleh Majalah Investor-Berita Satu Media yang bekerja sama dengan Bumi Global Karbon Fondation pada tahun 2020. Berdasarkan berita media online Beritasatu.com pada tanggal 17 November 2020, Achmad Deni Daruri selaku pendiri Bumi Global Karbon Fondation (BGKF) mengungkapkan adanya ESG

Awards diharapkan memotivasi perusahaan untuk lebih peduli pada lingkungan, sosial dan tata kelola perusahaan yang baik. Ketertarikan lainnya seperti, masih kurangnya penelitian yang menggunakan sampel ini untuk mengukur pengungkapan CSR dengan menggabungkan beberapa faktor yang dianggap berpengaruh terhadap pengungkapan CSR untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pengungkapan CSR dengan menguji secara empiris tiap variabel independen terhadap pengaruhnya pada pengungkapan CSR menggunakan GRI *Standards* sebagai indikator pengukuran.

Tingkat profitabilitas yang tinggi, menandakan bahwa perusahaan tersebut memiliki dana yang lebih banyak sehingga manajer memiliki kesempatan untuk melakukan kegiatan CSR dan melakukan pengungkapan CSR perusahaan lebih luas, hal ini sejalan dengan teori *stakeholder* (Dewi & Sari, 2019). Teori *stakeholder* menyatakan sebuah entitas tak hanya mementingkan kepentingan pribadinya, namun juga memperhatikan para *stakeholdernya* dengan memberikan manfaat hingga informasi mengenai kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan dalam pengungkapan CSR. Menurut menurut Abbas *et al.* (2019) dalam penelitiannya mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Wahyuningsih & Mahdar (2018), Indriyani & Yuliandhari (2020), Abbas *et al.* (2019), Muliyani & Hermanto (2018) dan Kamaliah (2020) menyatakan bahwa profitabilitas yang di ukur menggunakan *Return On Asset (ROA)* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan akan mengungkapkan tanggung jawabnya secara luas jika perusahaan tersebut mendapatkan profit yang tinggi. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah.

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Tingkat *leverage* suatu perusahaan dapat menentukan keberlangsungan hidup perusahaan. Bae *et al.*, (2018) juga berpendapat bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat mengurangi dampak negatif dari *leverage* yang tinggi. Tingkat *leverage* berhubungan dengan teori legitimasi, dikarenakan perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mamaksimalkan pengungkapan CSR nya agar tetap mendapatkan legitimasi atau pengakuan dari masyarakat untuk menjaga reputasi perusahaan. Menurut Setiawati (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih & Mahdar (2018), Andriani (2019), Ruroh & Latifah (2018), Abbas *et al.* (2019), dan Yanti *et al.*, (2021) yang mengukur bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat pengungkapan CSR tersebut. Perusahaan akan melaksanakan tanggung jawab sosialnya secara lebih luas jika tingkat *leverage* pada perusahaan tersebut dikatakan tinggi. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah.

H₂: *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Kapitalisasi pasar dapat digunakan untuk mengukur suatu keberhasilan perusahaan, (Istiqomah & Amanah, 2021) juga menambahkan bahwa perusahaan yang mempunyai nilai kapitalisasi pasar yang besar akan menarik investor

dengan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya secara luas. Pengungkapan tanggung jawab sosial memudahkan para *stakeholder* untuk mendapatkan informasi dan memudahkan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang akan berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Pernyataan ini didukung dengan penelitian Indraswari & Mimba (2017) dan Oktavila & Erinos (2019) menyatakan kapitalisasi pasar berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dengan mengatakan perusahaan yang memperlihatkan akuntabilitasnya secara luas akan mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosialnya. Nilai kapitalisasi pasar yang tinggi akan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan hal tersebut akan menentukan keberhasilan perusahaan dilihat dari seberapa perusahaan tersebut menarik minat para investor. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah.

H₃: Kapitalisasi pasar berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Umur perusahaan identik dengan seberapa lama perusahaan tersebut berdiri menjalankan usahanya. Perusahaan dengan pengalaman yang banyak akan mengetahui informasi yang diperlukan masyarakat mengenai perusahaannya, maka perusahaan akan memaksimalkan pengungkapan CSR-nya guna mempertahankan keeksistensian perusahaan (Indriyani & Yuliandhari, 2020). Sejalan dengan penelitian Oviliana *et al.* (2021), Madani & Gayatri (2021), Dewi & Muslih (2018) dan Trijaya & Riswandari (2017) yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki pengalaman yang lebih banyak akan mampu memaksimalkan pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Perusahaan dengan umur yang lebih tua memiliki lebih banyak pengalaman di dunia bisnis dan lebih memahami kebutuhan para *stakeholder* nya sehingga memaksimalkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaannya untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah.

H₄: Umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

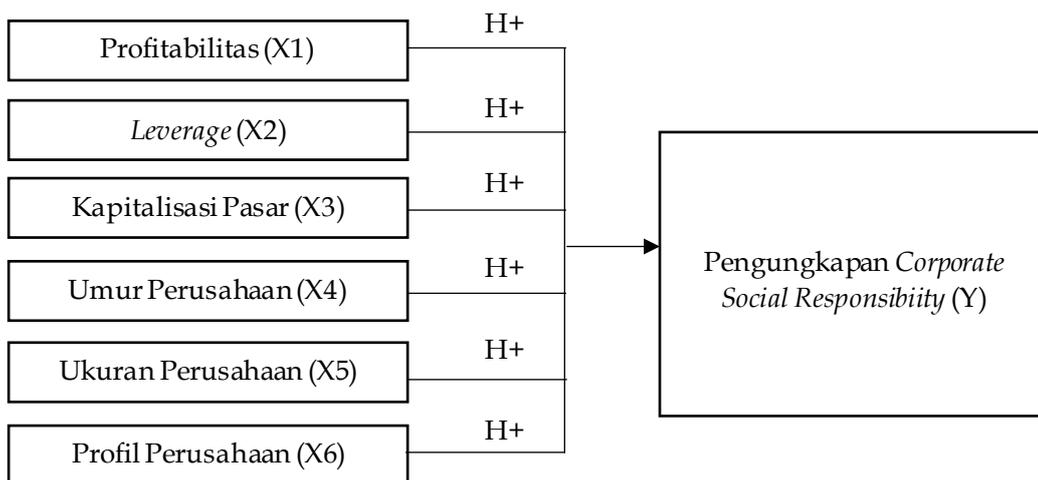
Perusahaan dengan ukuran yang besar identik dengan banyaknya aktivitas perusahaan, dampak yang dihasilkan pun lebih besar sehingga tuntutan nya akan lebih besar dalam mengungkapkan tanggung jawab perusahaan dibandingkan dengan perusahaan kecil (Istiqomah & Amanah, 2021). Perusahaan yang berukuran besar akan lebih mudah untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dengan pengungkapan CSR-nya yang luas dan memudahkan *stakeholder* untuk mendapatkan informasi. Menurut Wahyuningsih & Mahdar (2018) dalam penelitiannya yang mengukur pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang diukur menggunakan Ln (total aset) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rosyada & Astrina (2018), Ruroh & Latifah (2018), Abbas *et al.* (2019), Yurdila *et al.* (2019), Sulistyorini & Suryono (2019), dan Pitriyani & Wirama (2021) yang mengukur pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan. Perusahaan besar memiliki aktivitas yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan kecil sehingga pengaruhnya terhadap lingkungan sekitar

lebih banyak dan tuntutan pengungkapan CSR-nya pun lebih besar. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah.

H₅: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Profil perusahaan menggambarkan isi dari perusahaan tersebut, termasuk keunggulan yang ada di perusahaan tersebut. Profil perusahaan berhubungan dengan teori legitimasi yang dimana perusahaan *high profile* lebih mendapatkan perhatian dari masyarakat dikarenakan aktivitas yang dilakukan perusahaan memiliki potensi untuk berhubungan dengan kepentingan luas (Mulyani & Hermanto, 2018). Felicia & Rasmini (2015) dan Mulyani & Hermanto (2018) menyatakan bahwa profil perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purwanto (2011) dan Adiatma & Suryanawa (2018) yang menyatakan bahwa tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dengan opini tambahan bahwa perusahaan yang masuk klasifikasi *high profile* mengungkapkan tanggung jawab sosialnya secara lebih baik. Perusahaan yang tergolong *high profile* akan lebih memperhatikan kegiatan yang dilakukannya, sehingga dalam pengungkapan tanggung jawab sosialnya lebih dimaksimalkan karena perusahaan dengan *high profile* mendapatkan perhatian yang lebih dari masyarakat. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah.

H₆: Profil perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Data Penelitian, 2022

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kuantitatif menjadi pendekatan yang dipilih peneliti dalam melakukan penelitian ini dan pengumpulan data menggunakan data sekunder dengan teknik dokumentasi menggunakan data yang berasal dari laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan keberlanjutan yang sudah diunggah atau diterbitkan oleh perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun periode 2016-2020 secara berturut-turut. Penelitian dilakukan secara daring

berdasarkan data yang didapatkan melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id dan website resmi perusahaan yaitu. Adapun objek dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang diperoleh melalui laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2020. Populasi penelitian merupakan perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2020 yaitu sebanyak 25 perusahaan. Sampel dalam penelitian ditentukan dengan metode *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 18 perusahaan.

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, kapitalisasi pasar, umur perusahaan, ukuran perusahaan, profil perusahaan, dan pengungkapan CSR. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dalam mempertanggung jawabkan kinerja perusahaan dalam mengelola lingkungan, sosial dan ekonomi yang berbentuk laporan CSR. Pengukuran CSR dalam penelitian ini menggunakan indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*) Standards dengan 77 item pengungkapan topik spesifik. Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan sebuah perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan, indikator yang digunakan dalam mengukur profitabilitas yaitu *Return On Asset (ROA)* yang merujuk pada peneliti terdahulu Mudjiyanti & Maulani (2017). *Leverage* diartikan sebagai rasio untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang, indikator yang digunakan dalam mengukur *leverage* merujuk pada penelitian terdahulu Oktariani & Mimba (2014) dengan *Debt Equity Ratio (DER)*. Kapitalisasi pasar diartikan sebagai harga keseluruhan dari sebuah saham perusahaan yang harus dibayar, indikator pengukuran kapitalisasi pasar dalam penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu Istiqomah & Amanah (2021) dengan harga saham dikalikan jumlah saham yang beredar. Umur perusahaan diartikan sebagai rasio untuk mengukur seberapa lama perusahaan berdiri dan menjalankan usahanya, indikator pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu Pradana & Suzan (2016) dengan periode tahun penelitian dikurangi tahun perusahaan terdaftar. Ukuran perusahaan diartikan sebagai rasio untuk mengukur besar kecilnya sebuah perusahaan, indikator pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu Apridawati (2020) dengan menggunakan logaritma natural (LN) total aset. Profil perusahaan diartikan sebagai rasio yang menggambarkan keseluruhan dari perusahaan tersebut beserta keunggulan yang ada dan pencapaiannya, indikator yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada peneliti terdahulu Dewi *et al.* (2021) dengan menggunakan variabel *dummy*.

Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif. Statistik deskriptif dilakukan untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran umum setiap data yang diperoleh dari masing-masing variabel yang diteliti (Samsu, 2017:152). Dalam penelitian ini, data diolah dengan bentuk angka dan menggunakan metode kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam menguji variabel penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Persamaan regresi linier berganda yang dapat digunakan dalam penelitian merujuk pada penelitian (Sugiyono, 2013) dengan persamaan sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \beta X_4 + \beta X_5 + \beta X_6 + \varepsilon \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

- Y = CSR
- α = Konstanta
- X1 = Profitabilitas
- X2 = *Leverage*
- X3 = Kapitalisasi Pasar
- X4 = Umur Perusahaan
- X5 = Ukuran Perusahaan
- X6 = Profil Perusahaan
- ε = *Error Term*

Selain itu penelitian ini juga menggunakan teknik analisis data berupa Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heterokedastisitas, Uji Autokorelasi serta Uji Hipotesis yang meliputi Uji Koefisien Determinasi (R^2), Uji Kelayakan Model (Uji F) serta Uji Hipotesis (Uji t).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan, laporan tahunan serta laporan keberlanjutan dari perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2020 yang di unduh melalui website resmi perusahaan. Berdasarkan hasil *purposive sampling*, didapat 18 perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020 yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel dalam penelitian. Berikut merupakan kriteria dalam penarikan jumlah sampel penelitian:

Tabel 1. Hasil seleksi pemilihan sampel

No	Keterangan	Akumulasi jumlah perusahaan
1	Perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020	25
2	Perusahaan BUMN yang tidak memiliki kelengkapan data baik berupa laporan keuangan, laporan tahunan dan laporan keberlanjutan	(7)
3	Jumlah perusahaan sampel Tahun pengamatan	18
	Jumlah pengamatan selama 2016-2020	5
		90

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa jumlah perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020 yaitu sebanyak 25 perusahaan. Dari teknik sampling yang dilakukan, sebanyak 7 perusahaan tidak memiliki kelengkapan data sehingga jumlah sampel penelitian yang didapat menjadi 18 sampel dengan jumlah 90 amatan.

Berdasarkan Tabel 2, Variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang diprosikan dengan CSRDI memiliki nilai minimum 0,052, nilai maksimum sebesar 0,948. Nilai rata-rata untuk pengungkapan CSRDI adalah sebesar 0,347. Nilai standar deviasi sebesar 0,173, nilai tersebut menandakan terjadi penyimpangan nilai CSRDI pada nilai rata-ratanya sebesar 0,173.

Variabel profitabilitas yang diprosikan dengan ROA memiliki nilai minimum -0,451, nilai maksimum yang di dapat adalah 0,212. Nilai rata-rata yang

didapat sebesar 0,023. Nilai standar deviasi sebesar 0,065, nilai tersebut menandakan bahwa penyimpangan yang terjadi terhadap nilai profitabilitas pada nilai rata-ratanya sebesar 0,065.

Variabel *leverage* yang diproksikan oleh DER memiliki nilai minimum 0,313, nilai maksimum yang di dapat adalah 16,079. Nilai rata-rata yang di dapat sebesar 4,046. Nilai standar deviasi sebesar 3,698, nilai tersebut menandakan bahwa penyimpangan yang terjadi terhadap nilai *leverage* pada nilai rata-ratanya sebesar 3,698.

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Model	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	90	-0,451	0,212	0,024	0,065
DER	90	0,313	16,079	4,047	3,699
KP	90	28,435	33,928	30,883	1,367
UP	90	0,000	29,000	13,611	6,475
UKP	90	22,563	34,952	30,772	3,310
PP	90	0	1	0,280	0,450
CSRDI	90	0,052	0,948	0,347	0,173
Valid N (listwise)	90				

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berdasarkan Tabel 2, Variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang diproksikan dengan CSRDI memiliki nilai minimum 0,052, nilai maksimum sebesar 0,948. Nilai rata-rata untuk pengungkapan CSRDI adalah sebesar 0,347. Nilai standar deviasi sebesar 0,173, nilai tersebut menandakan terjadi penyimpangan nilai CSRDI pada nilai rata-ratanya sebesar 0,173.

Variabel profitabilitas yang diproksikan dengan ROA memiliki nilai minimum -0,451, nilai maksimum yang di dapat adalah 0,212. Nilai rata-rata yang didapat sebesar 0,023. Nilai standar deviasi sebesar 0,065, nilai tersebut menandakan bahwa penyimpangan yang terjadi terhadap nilai profitabilitas pada nilai rata-ratanya sebesar 0,065.

Variabel *leverage* yang diproksikan oleh DER memiliki nilai minimum 0,313, nilai maksimum yang di dapat adalah 16,079. Nilai rata-rata yang di dapat sebesar 4,046. Nilai standar deviasi sebesar 3,698, nilai tersebut menandakan bahwa penyimpangan yang terjadi terhadap nilai *leverage* pada nilai rata-ratanya sebesar 3,698.

Variabel kapitalisasi pasar yang diproksikan dengan KP memiliki nilai minimum sebesar 28,435, nilai maksimum yang di dapat adalah 33,928. Nilai rata-rata yang di dapat sebesar 30,882. Nilai standar deviasi sebesar 1,367, nilai tersebut menandakan bahwa penyimpangan yang terjadi terhadap nilai kapitalisasi pasar pada nilai rata-ratanya sebesar 1,367.

Variabel umur perusahaan yang diproksikan dengan UP memiliki nilai minimum sebesar 0,000, nilai maksimum yang di dapat adalah 29,000. Nilai rata-rata sebesar 13,611. Nilai standar deviasi sebesar 6,475, nilai tersebut menandakan bahwa penyimpangan yang terjadi terhadap nilai kapitalisasi pasar pada nilai rata-ratanya sebesar 6,475.

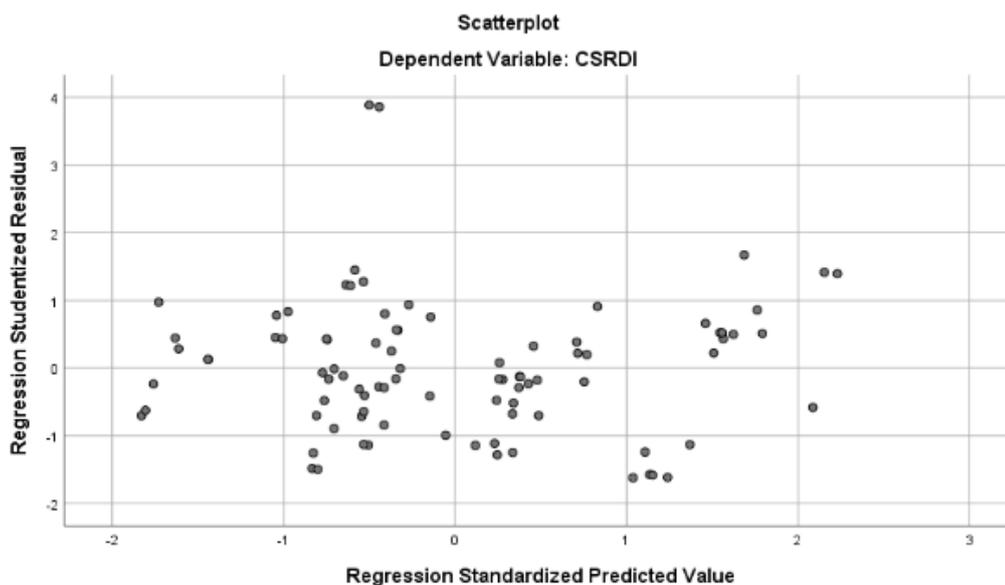
Variabel ukuran perusahaan yang diproksikan oleh UKP memiliki nilai minimum 22,563, nilai maksimum yang di dapat adalah 34,952. Nilai rata-rata sebesar 30,772. Nilai standar deviasi sebesar 3,309, nilai tersebut menandakan

bahwa penyimpangan yang terjadi terhadap nilai ukuran perusahaan pada nilai rata-ratanya sebesar 3,309.

Variabel profil perusahaan yang diproksikan oleh PP memiliki nilai minimum 0, nilai maksimum yang di dapat adalah 1. Nilai rata-rata sebesar 0,28. Nilai standar deviasi sebesar 0,450, nilai tersebut menandakan bahwa penyimpangan yang terjadi terhadap nilai profil perusahaan pada nilai rata-ratanya sebesar 0,450.

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji metode analisis regresi apakah mempunyai nilai normal atau tidak antara variabel *dependen* dan *independent*. Berdasarkan uji normalitas menunjukkan bahwa Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,108 lebih besar dari tingkat signifikansinya yaitu 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi berdistribusi normal.

Uji multikolinieritas merupakan teknik yang dilakukan pada regresi yang menggunakan variabel lebih dari satu variabel *independen*, hal ini dilakukan untuk mencari tau apakah ada hubungan yang saling mempengaruhi antara variabel *independen* yang diteliti (Abbas *et al.* 2019). Berdasarkan hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel independent dalam penelitian ini yaitu Profitabilitas, *Leverage*, Kapitalisasi Pasar, Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Profil Perusahaan memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini terbebas dari multikolinieritas.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedestisitas

Sumber: Data Penelitian, 2022

Heteroskedastisitas merupakan teknik untuk menguji apakah di dalam model regresi terjadi perbedaan variansi residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya (Rahmadinar & Khuzaini, 2019). Berdasarkan hasil uji heteroskedestisitas pada gambar 2, dapat diketahui bahwa hasil uji tersebut menghasilkan pola yang tidak jelas dan titik-titik penyebaran berada di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini bebas dari gejala heteroskedestisitas.

Berdasarkan hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai *Durbin-Watson* (DW test) sebesar 1.686 dengan jumlah sampel sebanyak 90 dan variabel independen sebanyak 6 ($k=6$), maka nilai $dL=1,5181$ dan $dU=1,8014$, sehingga diperoleh nilai $4-dU=2,1986$. Hasil pada penelitian ini menggunakan uji rusns test dikarenakan dalam pemenuhan kriteria autokorelasi, nilai yang diperoleh tidak memperoleh kesimpulan yang pasti. Dengan menggunakan uji runs seperti pada gambar 2, menghasilkan nilai 0,203. Hal ini menandakan bahwa uji yang dilakukan lolos dan tidak ada gejala korelasi dengan berdasar pada kriteria yaitu nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,05$.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
(Constant)	-0,299	0,454		-0,659	0,511
ROA	-0,147	0,295	-0,056	-0,499	0,619
DER	-0,001	0,007	-0,020	-0,143	0,887
1 KP	0,009	0,016	0,069	0,543	0,589
UP	0,001	0,003	0,026	0,212	0,833
UKP	0,011	0,007	0,207	1,579	0,118
PP	0,156	0,052	0,405	3,013	0,003

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel 3 maka persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut.

$$Y = -0,299 - 0,147X_1 - 0,001X_2 + 0,009X_3 + 0,001X_4 + 0,011X_5 + 0,156X_6 + \varepsilon$$

Berdasarkan hasil uji dapat disimpulkan bahwa nilai adjusted R square sebesar 0,080 memiliki arti bahwa 8 persen variasi (naik-turunnya) variabel *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) dipengaruhi secara bersama-sama oleh variasi dari keenam variabel bebas, yaitu profitabilitas, *leverage*, kapitalisasi pasar, umur perusahaan, ukuran perusahaan, dan profil perusahaan, sedangkan sisanya 92 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dicantumkan dalam model regresi.

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 2,284 dengan nilai signifikansi sebesar 0,043 yang dimana lebih kecil dari $\alpha=0,05$, hal ini memberikan bukti bahwa keenam variabel independent pada penelitian ini mampu memprediksi atau menjelaskan fenomena *Corporate Social Responsibility* dan dinyatakan layak uji. Hasil tersebut menjelaskan bahwa profitabilitas (X_1), *leverage* (X_2), kapitalisasi pasar (X_3), umur perusahaan (X_4), ukuran perusahaan (X_5), dan profil perusahaan (X_6) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel profitabilitas menunjukkan nilai koefisien regresi bernilai negatif sebesar -0,147 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,619 lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, maka dari itu hipotesis pertama ditolak. Perusahaan yang memiliki keuntungan yang tinggi tidak secara signifikan akan mengungkapkan kegiatan CSR secara lebih luas. Pemerintah telah mewajibkan perusahaan untuk melakukan TJSJL dengan

dikeluarkannya peraturan Pasal 74 UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Peraturan lainnya tertuang dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang menyatakan setiap penanam modal wajib melakukan TJSL. Sanksi yang dapat diterima jika tidak melaksanakan hal tersebut dapat berupa peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha, hingga pencabutan izin usaha. Hasil penelitian ini tidak dapat membuktikan berlakunya teori yang menyatakan bahwa jika nilai profitabilitas perusahaan tinggi, maka manajemen akan melakukan pengungkapan TJSL lebih luas. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian lainnya yang dilakukan oleh Rosyada & Astrina (2018), Adiatma & Suryanawa (2018), dan Tampubolon & Siregar (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel *leverage* menunjukkan nilai koefisien regresi bernilai negatif sebesar -0,001 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,887 lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, maka dari itu hipotesis kedua ditolak. Mulyani & Hermanto (2018) menyatakan bahwa faktor yang menjadikan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR adalah tergantung pada tingkat kepekaan perusahaan terhadap kepeduliannya kepada lingkungan dan sosial, maka dari itu pengungkapan tanggung jawab perusahaan tidak berdasarkan pada tinggi atau rendahnya nilai *leverage* perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa meskipun perusahaan memiliki *leverage* yang tinggi, namun perusahaan memiliki tingkat kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan sosialnya, maka perusahaan akan tetap melakukan pengungkapan TJSL sebagai bentuk tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar. Hasil penelitian ini tidak berhasil membuktikan berlakunya teori yang menyatakan jika perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan memaksimalkan pengungkapan CSR nya agar tetap mendapatkan legitimasi atau pengakuan dari masyarakat untuk menjaga reputasi perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian lainnya yang dilakukan oleh Dewi & Sari (2019), Abbas *et al.* (2019), Mulyani & Hermanto (2018), Krisna & Suhardianto (2016) dan Pradnyani & Sisdyani (2015) yang menyatakan bahwa tingkat *leverage* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel kapitalisasi pasar menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,009 yaitu bernilai positif dengan tingkat signifikansi sebesar 0,589 lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, maka dari itu hipotesis ketiga ditolak. Pendapat yang dikemukakan Oktavila & Erinis (2019) dalam penelitiannya yaitu perusahaan dengan nilai kapitalisasi pasar yang tinggi akan lebih mudah untuk mendapatkan perhatian dari para stakeholder, hal ini menandakan para calon investor tak hanya melihat dari pengungkapan tanggung jawabnya saja melainkan kinerja keuangan perusahaan. BUMN merupakan perusahaan dimana saham yang dimiliki didominasi oleh pemerintah, maka tinggi rendahnya nilai kapitalisasi pasar pada perusahaan tidak berpengaruh pada pengungkapan tanggung jawab perusahaan, dikarenakan manajemen akan berfokus pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan dibandingkan dengan memperluas pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab perusahaan BUMN sudah tertuang pada peraturan pemerintah PER-05/MBU/04/2021 tanggal 08 April 2021, tentang Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang wajib untuk dilaksanakan oleh perusahaan BUMN. Hasil penelitian ini tidak berhasil membuktikan berlakunya teori yang menyatakan semakin tinggi tingkat kapitalisasi pasar perusahaan maka pengungkapan CSR nya akan semakin luas dan memudahkan untuk menarik kepercayaan serta mendapat pengakuan dari para *stakeholder* akan kemampuan perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian lainnya yang dilakukan oleh Istiqomah & Amanah (2021) dan Rahayu & Rahayu (2013) yang menyatakan bahwa kapitalisasi pasar tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR.

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel umur perusahaan menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,001 yaitu bernilai positif dengan tingkat signifikansi sebesar 0,833 lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, maka dari itu hipotesis keempat ditolak. Berdasarkan argumentasi Iswadi (2013), perusahaan yang sudah lama atau tua belum tentu melakukan pengungkapan CSR lebih luas dibandingkan dengan perusahaan yang berumur lebih kecil, dikarenakan perusahaan yang berumur tua memiliki pengalaman lebih banyak dan lebih mengetahui tentang informasi apa saja yang perlu untuk diungkapkan. Umur tidak bisa dijadikan patokan apakah perusahaan itu sudah melakukan pengungkapan CSR secara baik, dikarenakan perusahaan yang berumur kecil pasti akan berusaha sebaik mungkin agar bisa terus memberikan hasil terbaik demi keberlangsungan perusahaan dan menumbuhkan rasa percaya kepada masyarakat luas. Hasil penelitian ini tidak berhasil membuktikan berlakunya teori yang menyatakan perusahaan dengan umur yang lebih tua memiliki lebih banyak pengalaman di dunia bisnis dan lebih memahami kebutuhan para *stakeholdernya* dengan menyajikan informasi secara rinci dan memaksimalkan pengungkapan tanggung jawabnya untuk terus mendapatkan legitimasi/kepercayaan dari masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iswadi (2013) yang menyatakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR perusahaan.

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,011 yaitu bernilai positif dengan tingkat signifikansi sebesar 0,118 lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, maka dari itu hipotesis kelima ditolak. Perusahaan dengan asset besar tidak akan selalu melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya lebih luas agar memiliki pengaruh dari berbagai pihak internal maupun eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan dengan asset kecil juga sudah pasti akan melakukan yang terbaik demi keberlangsungan hidup perusahaan dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab. Salah satu opini yang diberikan oleh Tampubolon & Siregar (2019) menyatakan bahwa besar kecilnya sebuah perusahaan tidak mempengaruhi besar kecilnya tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial, karena hal tersebut bukan lagi kegiatan yang biasa namun dianggap sebagai kegiatan yang dapat mempengaruhi keberlangsungan hidup perusahaan, maka dari itu baik perusahaan besar ataupun kecil diharap dapat

melaksanakan pengungkapan CSR dengan baik. Hasil penelitian ini tidak berhasil membuktikan berlakunya teori yang menyatakan dimana perusahaan yang berukuran besar akan lebih mudah untuk mendapatkan legitimasi/ kepercayaan dari masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian lainnya yang dilakukan oleh Kurnianingsih (2013), Pradana & Suzan (2016), Madani & Gayatri (2021) dan Apriyanti & Yuliandhari (2018) yang menyatakan bahwa rasio ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR perusahaan.

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel profil perusahaan menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,156 yaitu bernilai positif dengan tingkat signifikansi sebesar 0,003 kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa profil perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, maka dari itu hipotesis keenam diterima. Mulyani & Hermanto (2018) menyatakan perusahaan yang tergolong *high profile* lebih banyak bersinggungan dengan masyarakat luas dan lebih menjadi sorotan untuk setiap kegiatan yang dilakukan, maka dari itu perusahaan yang tergolong *high profile* diharuskan lebih mengungkapkan informasi yang dibutuhkan oleh *stakeholder* secara terperinci dan lebih luas. Adiatma & Suryanawa (2018) menyatakan bahwa ciri khas dari perusahaan yang tergolong *high profile* adalah kelalaian yang disebabkan dari aktivitasnya dan berakibat fatal terhadap masyarakat dan lingkungan, sehingga masyarakat lebih memperhatikan perusahaan yang termasuk dalam golongan ini. Berdasarkan data penelitian, perusahaan dengan sektor perminyakan dan pertambangan terbukti lebih banyak mengungkapkan tanggung jawabnya. Hasil penelitian ini berhasil membuktikan berlakunya teori *stakeholder* dan teori legitimasi sebagai teori yang mendasari penelitian ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya Felicia & Rasmini (2015), Mulyani & Hermanto (2018), Purwanto (2011) dan Adiatma & Suryanawa (2018) yang menyatakan bahwa tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, kesimpulan yang dapat ditarik pada penelitian ini adalah profil perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan mendukung adanya teori yang digunakan yaitu teori *stakeholder* dan teori legitimasi. Profitabilitas, *leverage*, kapitalisasi pasar, umur perusahaan, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Saran yang dapat diberikan bagi pihak perusahaan diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menjelaskan pentingnya tanggung jawab sosial atas dampak sosial dan lingkungan yang diakibatkan dari aktivitas yang dilakukan perusahaan dan pentingnya melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) sebagai salah satu kontribusi kepada masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan berada. Dilihat dari rendahnya nilai adjusted R² dalam hasil penelitian ini yaitu sebesar 0,080 membuktikan bahwa adanya sebesar 0,92 pengaruh dari luar variabel yang selanjutnya diharap dapat menjadi bahan bagi peneliti selanjutnya dengan menambahkan beberapa rasio yang dianggap mempengaruhi pengungkapan CSR seperti banyaknya dewan komisaris, media exposure, solvabilitas, struktur kepemilikan dan likuiditas.

REFERENSI

- Abbas, D. S., Hakim, M. Z., & Istianah, N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *COMPETITIVE Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 1–25. <https://doi.org/10.31000/c.v3i2.1824>
- Adiatma, K. B., & Suryanawa, I. K. (2018). Pengaruh Tipe Industri, Kepemilikan Saham Pemerintah, Profitabilitas Terhadap Sustainability Report. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 25(2), 934–958.
- Andriani, P. R. (2019). Pengaruh Tingkat Likuiditas, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Subsektor Makanan dan Minuman yang Tercatat di BEI Period 2010-2017. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 2(1), 48–60.
- Apridawati, N. D. (2020). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset*, 9(11).
- Apriyanti, A., & Yuliandhari, W. S. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Sales Growth Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *EProceedings of Management*, 5(2), 2433–2440.
- Bae, K., Ghoul, S. El, Guedhami, O., Kwok, C. C. Y., & Zheng, Y. (2018). Does *Corporate Social Responsibility* reduce the costs of high leverage? Evidence from capital structure and product markets interactions. *Elsevier*, 135–150. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2018.11.007>
- Dewi, N. K. A. T., & Sari, M. M. R. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Pada CSR Disclosure. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27(3), 1956–1979.
- Dewi, N. K. D. S., Merawati, L. K., & Tandio, D. R. (2021). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Komite Audit, Profil Perusahaan dan Rasio Aktivitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Jurnal Kharisma*, 3(1), 173–184.
- Dewi, R. U., & Muslih, M. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *KAJIAN AKUNTANSI*, 19(2), 212–220.
- Febyani, P. A. (2016). Pengaruh Good Corporate Governance Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Risiko Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi Manajerial*, 1(2), 46–58.
- Felicia, M., & Rasmini, N. K. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Yang Terdaftar di BEI. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 12(2), 143–153.
- Indraswari, I. G. A. L., & Mimba, N. P. S. H. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Kapitalisasi Pasar dan Kepemilikan Saham Publik Pada Tingkat Pengungkapan CSR. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20(2), 1219–1248.
- Indriyani, A. D., & Yuliandhari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *JABE: Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 1559–1568.
- Istiqomah, S., & Amanah, L. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan, Kapitalisasi

- Pasar dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(2), 2-16.
- Iswadi. (2013). Pengaruh Ukuran Dewan direksi, Financial Leverage, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Sosial Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4).
- Kamaliah. (2020). Disclosure of *Corporate Social Responsibility (CSR)* and its implications on company value as a result of the impact of corporate governance and profitability. *Emerald Insight*, 62(4), 339-354. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-08-2017-0197>
- Kurnianingsih, H. T. (2013). Pengaruh profitabilitas dan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 13(1), 93-111.
- Limbong, C. H. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ecobisma*, 6(7), 114-128.
- Madani, N. K. N., & Gayatri. (2021). Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Kepemilikan Institusional dan Pengungkapan Sustainability Report. *Jurna Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 31(4), 822-835.
- Mudjiyanti, R., & Maulani, S. S. (2017). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *JASTI: Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi*, 13(3), 342-346.
- Muliyani, T., & Hermanto, S. B. (2018). Pengaruh Profitabilitas Leverage, Profil Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pngungkapan CSR. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 7(9), 1-23.
- Oktariani, N. W., & Mimba, N. P. S. H. (2014). Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Tanggung Jawab Lingkungan Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 6(3), 402-418.
- Oktavila, & Erinos. (2019). Pengaruh Kapitalisasi Pasar dan Good Corporate Governance Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurna Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), 1184-1199.
- Oviliana, R. D., Wijaya, S. Y., & Subur. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR. *KORELASI*, 2(1), 1187-1198.
- Pitriyani, N. W., & Wirama, D. G. (2021). Konsentrasi Geografis, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 31(1), 208-219.
- Pradana, F. A., & Suzan, L. (2016). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *EProceedings of Management*, 3(1), 339-347.
- Purwanto, A. (2011). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing*, 8(1), 12-29.
- Rahayu, I., & Rahayu, D. F. (2013). Determinan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Di Negara Berkembang : Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *EKBISI*, 8(1), 83-92.
- Rahmadinar, F. D., & Khuzaini. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan

- Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1-18.
- Reverte, C. (2016). *Corporate Social Responsibility disclosure and market valuation: evidence from Spanish listed firm. Review of Managerial Science*, 10(3), 411-435. <https://doi.org/10.1007/s11846-014-0151-7>
- Rosiana, G. A. M. E., Juliarsa, G., & Sari, M. M. R. (2013). Pengaruh pengungkapan csr terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 5(3), 723-738.
- Rosyada, A., & Astrina, F. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Pada Perusahaan Asuransi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Akuntansi*, 12(1), 69-79.
- Ruroh, I. N., & Latifah, S. W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Risk Minimazation Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 2(42-52), 6.
- Samsu. (2017). *METODE PENELITIAN: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)* (Rusmini (ed.)). Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Sari, R. A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*, 1(1), 124-140.
- Setiawati, L. W. (2018). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Pengungkapan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 29-57. <https://doi.org/10.25170/jara.v12i1.57>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sulistyorini, N., & Suryono, B. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(1), 1-19.
- Tampubolon, E. G., & Siregar, D. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Maneksi*, 8(2), 223-229.
- Trijaya, W., & Riswandari, E. (2017). Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Wahana : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 20(2), 28-37.
- Tua, S. M. (2021). Pengaruh Likuiditas dan Leverage Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2019. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 227-244.
- Wagiswari, N. L. S., & Badera, I. D. N. (2019). Profitabilitas, Aktivitas Perusahaan, Tipe Industri dan Pengungkapan Sustainability Report. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 31(9), 2312-2325.
- Wahyuningsih, A., & Mahdar, N. M. (2018). Pengaruh Size, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Chemical Information and*

Modeling, 53(9), 1689–1699.

- Yanti, N. L. E. K., Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 3(1), 43.
- Yurdila, M., Mukhzarudfa, H., & Wiralestari. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris, Leverage Dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Pada Perusahaan Yang Go Public Dan Listing Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Repository Universitas Jambi*, 4(4), 11–25.