

Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Ukuran KAP terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Yuli Malisa¹, Selfi Afriani Gultom^{2*}, Jojor Lisbet Sibarani³

^{1,2,3}Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia
selfigultom@polmed.ac.id

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of profitability, firm size, and KAP size on the disclosure of corporate social responsibility. This research uses secondary data form of annual reports of infrastructure, utility, and transportation companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2020. Sampling method in this research using purposive sampling, so total samples in this research is 16 companies. This research uses multiple linear regression an analysis instrument. Before doing the regression analysis test, it's examined by using classical assumption test was. The findings indicate that: (1) Profitability has no effect on the disclosure of corporate social responsibility, (2) Company size has not affect the disclosure of corporate social responsibility, (3) KAP size affects the disclosure of corporate social responsibility.

Keywords: Profitability, Firm Size, KAP Size, CSR Disclosure

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ukuran KAP terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang berupa laporan tahunan perusahaan infrastruktur, utility, dan transportasi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah metode purposive sampling, sehingga jumlah sampel penelitian ini adalah 16 perusahaan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Sebelum melakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, (2) ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, (3) ukuran KAP memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kata Kunci: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Ukuran KAP, Pengungkapan CSR.

PENDAHULUAN

Suatu negara dapat dikatakan maju jika bagian dari infrastruktur yang tersedia, dimulai dari transportasi, energi, telekomunikasi, jalan tol, bandara, dan juga konstruksi bangunan dan non bangunan terjalankan dengan baik. Infrastruktur yang ada dalam suatu negara tidak terlepas dari adanya kinerja perusahaan yang ada di dalam negara tersebut. Perusahaan setiap tahunnya memberikan hasil yang baik agar mereka memperoleh keuntungan. Keuntungan merupakan salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh semua perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya (*shareholder*). Perekonomian pada dekade terakhir ini pun banyak memberikan pengaruh terhadap peningkatan laba perusahaan itu terjadi karena adanya perubahan pada keadaan lingkungan ekonomi.

Pesatnya perkembangan perekonomian menyebabkan semakin banyak perusahaan-perusahaan yang bermunculan sehingga timbul persaingan ketat diantara perusahaan-perusahaan tersebut dalam mempertahankan keberadaan dan keberlanjutan usaha. Peningkatan yang terjadi akibat perubahan lingkungan ekonomi tersebut memunculkan suatu paradigma baru di dunia perekonomian yang awalnya *profit oriented only* menjadi berorientasi pada tiga hal yang sering disebut dengan *Triple-P Bottom Line*, yaitu *profit*, *planet*, dan *people*. Artinya, dalam menjalankan kegiatan bisnisnya perusahaan saat ini harus memiliki tanggung jawab sosial dan tidak hanya mencari laba.

Tanggung jawab sosial perusahaan bisa disebut *corporate social responsibility* (CSR) mengacu pada kewajiban etika atau moral perusahaan menuju masyarakat. Kekhawatiran

dengan masalah-masalah seperti itu sekarang sudah ada sejak beberapa dekade dan telah menarik perhatian banyak perhatian peneliti dan semakin banyak perhatian praktisi bisnis (Khalil & O'sullivan, 2017). Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sesuai dengan kemampuan perusahaan tersebut sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan dimana perusahaan itu berada, untuk kelangsungan jangka panjang perusahaan, perusahaan harus memperhatikan kepentingan stakeholdernya dan menjalin kerjasama dengan stakeholder (Adilla, 2016). Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR telah menjadi perhatian dalam beberapa tahun terakhir sebab CSR bukan sekedar kegiatan sukarela melainkan sudah menjadi kewajiban masing-masing perusahaan. Hal ini dikarenakan kegiatan sosial perusahaan telah diatur dalam undang-undang. Adapun beberapa regulasi yang berisi mengenai CSR di Indonesia yaitu Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Dengan diterapkannya regulasi tersebut maka seharusnya perusahaan berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab serta kepekaan sosialnya terhadap lingkungan (Raditya dkk, 2018).

Dalam pelaksanaan program CSR hingga kini banyak penyimpangan yang dilakukan oleh perusahaan. Salah satunya adalah perusahaan Garuda Indonesia yang merupakan salah satu perusahaan yang terdaftar sebagai perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Perusahaan ini juga salah satu perusahaan yang sahamnya sudah diperjualbelikan di Bursa Efek Indonesia (BEI). Kasus yang terjadi di perusahaan Garuda Indonesia ini adalah kasus penyelewengan dana CSR dimana Garuda Indonesia menyelewengkan dana CSR sebesar Rp50 Juta (Okezone, 2019). Dana tersebut digunakan untuk pemilihan ketua Ikatan Awak Kabin Garuda Indonesia (IKAGI) tahun 2019.

Penelitian tentang pengungkapan CSR telah banyak dilakukan. Penelitian-penelitian tersebut mengungkapkan berbagai faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan, lembaga keuangan maupun non lembaga keuangan dalam menghasilkan laba dengan efektif serta efisien dalam suatu periode tertentu (Purnama dan Mayliza, 2018).

Profitabilitas yang tinggi akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSR. Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, maka manajer lebih termotivasi untuk memberikan informasi rinci termasuk kebebasan untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya. Hal ini menyebabkan manajer ingin meyakinkan investor akan profitabilitas perusahaan yang tinggi (Ruroh dan Latifah, 2018). Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ruroh dan Latifah (2018), Sugeng (2020), Wahyuningsih & Mahdar (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun, hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan Vicky Tamilia (2019), Cahyaningtyas (2018), Wulandari & Sudana (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Faktor selanjutnya, ukuran perusahaan, adalah skala dimana perusahaan diklasifikasikan dalam berbagai cara, misalnya seperti *total assets*, *log size*, *market price of share*, dan lain-lain (Ruslim et al., 2017). Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan informasi CSR, semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi perusahaan yang harus dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh Abidin & Lestari (2020), Wahyuningsih & Mahdar (2018), Hardianti & Anwar (2020), Al-Gamrh &

Al-Dhamari (2016) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini selaras dengan pernyataan bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin banyak pengungkapan CSR yang harus dilakukan oleh perusahaan tersebut. Namun hasil tersebut tidak sesuai pada penelitian yang dilakukan oleh Kustina (2020), Suci dkk (2017), serta Wighayani & Sapari (2019) yang mengatakan pengungkapan CSR tidak dipengaruhi oleh ukuran perusahaan.

Ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP) mengacu pada kantor akuntan publik yang jasanya digunakan oleh perusahaan. Berdasarkan teori keagenan, adanya auditor eksternal merupakan salah satu perangkat tata kelola perusahaan yang dapat meminimalkan konflik kepentingan prinsipal dan agen, yaitu dengan memeriksa pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan yang diaudit oleh KAP tersebut (Al- Bassam et al., 2015). KAP yang baik adalah KAP yang mampu memeriksa secara rinci mengenai pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan yang menggunakan jasanya.

Penelitian yang dilakukan oleh Nanda & Rismayani (2019) dan Erwanti & Haryanto (2017) tidak menemukan adanya pengaruh signifikan ukuran KAP terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sebaliknya, Krisna & Suhardianto (2016) dan Abidin & Lestari (2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif ukuran KAP terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan fenomena dan research gap antara penelitian yang ada yang menunjukkan pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) maka penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ukuran KAP terhadap pengungkapan corporate. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Sugeng (2020), perbedaan penelitian sebelumnya terletak pada variabel independennya, dimana variabel sebelumnya menggunakan ukuran perusahaan, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan profitabilitas. Namun, pada penelitian ini variabel *leverage* dan ukuran dewan komisaris tidak digunakan karena beberapa penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya membuktikan bahwa variabel tersebut berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Berdasarkan fenomena dan *research gap* antara penelitian yang ada, maka penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh dari profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ukuran KAP terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

KAJIAN PUSTAKA

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja bertanggung jawab (Sari, 2012). Berdasarkan teori *stakeholder*, manajemen perusahaan akan memenuhi harapan para stakeholder karena keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Sesuai harapan para *stakeholder*, perusahaan dengan kinerja yang baik akan meningkatkan perhatian terhadap aktivitas sosial lingkungannya (Dwipayadnya dkk, 2015). Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul bagi stakeholder. Oleh sebab itu, pengungkapan CSR bagi suatu perusahaan itu sangat penting karena para *stakeholder* perlu mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan stakeholders, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya (Riswari & Cahyonowati, 2012).

Teori Legitimasi

Teori legitimasi adalah salah satu teori yang mendasari pengungkapan pengungkapan sosial perusahaan (CSR). Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat (Handriyani, 2013). Melalui pengungkapan tersebut diharapkan perusahaan akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan. Legitimasi dianggap sebagai cara untuk mempertahankan keberlangsungan hidup suatu organisasi yang dicapai melalui tindakan organisasi yang sesuai aturan dan dapat diterima secara luas oleh masyarakat (Nur dan Priantina, 2012). Dengan demikian, legitimasi merupakan sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).

Pengungkapan

Menurut Gunawan (2018), pengungkapan adalah mengkomunikasikan posisi keuangan dengan tidak menyembunyikan informasi. Informasi yang diberikan haruslah lengkap, jelas, dan dapat menggambarkan secara tepat mengenai kejadian-kejadian ekonomi yang berpengaruh terhadap hasil operasi unit usaha tersebut. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh statement keuangan. Dalam Pasal 74 Undang- Undang tersebut diatur tentang kewajiban pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Sehingga, tidak ada lagi sebutan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) yang sukarela, namun pengungkapan yang wajib hukumnya.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)

Tanggung jawab sosial merupakan salah satu tanggung jawab perusahaan untuk para pemangku kepentingan dan juga kontribusi sukarela oleh perusahaan untuk pembangunan berkelanjutan (Mulyadi dan Anwar, 2012). Perusahaan dapat mengungkapkan kegiatan CSR yang telah dilaksanakan dalam laporan tahunan (*annual report*) yang mencakup laporan tanggung jawab sosial perusahaan selama kurun waktu satu tahun berjalan. Perusahaan juga dapat mengungkapkan kegiatan CSR dalam laporan keberlanjutan (*sustainability report*), yang merupakan laporan perusahaan yang berhubungan dengan kebijakan ekonomi, sosial, lingkungan, dampak dari aktivitas perusahaan serta produk-produknya dalam konteks pembangunan berkelanjutan (Meryawati, 2011). Sehingga dalam hal ini tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu hal yang penting dalam perusahaan dalam menjalankan perusahaannya dikarenakan dengan menjalankan tanggungjawab sosial ini perusahaan juga diberikan dampak positif sehingga citra perusahaan baik dimata masyarakat.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*. *Corporate social responsibility* merupakan mekanisme bagi suatu organisasi yang secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan para stakeholders, yang bukan hanya tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Saputra, 2016). Pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan juga merupakan suatu proses mengkomunikasikan dampak sosial apa saja yang merupakan dampak dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap masyarakat secara keseluruhan atau terhadap suatu kelompok khusus yang memiliki kepentingan (Ali dan Rizwan, 2013). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga berkaitan dengan

GRI. *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan, lembaga keuangan maupun non lembaga keuangan dalam menghasilkan laba dengan efektif serta efisien dalam suatu periode tertentu (Purnama dan Mayliza, 2018). Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya. Profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan investor atas investasi yang dilakukan karena perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang tinggi membuat para investor tertarik untuk menanamkan modalnya guna memperluas usaha yang dijalankannya (Heermuningsih, 2012). Oleh karena itu, rasio ini menunjukkan keefektifan dari kegiatan operasi perusahaan. Rasio profitabilitas menunjukkan efek kombinasi dari likuiditas, manajemen aset, dan hutang pada kegiatan operasi. Rasio profitabilitas terdiri dari Rasio *return on assets*, *return on equity*, *net profit margin*, dan *earning per share* (Chelsya, 2018).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan pada dasarnya adalah pengelompokan perusahaan kedalam beberapa kelompok, di antaranya perusahaan besar, sedang dan kecil (Ervina, 2017). Berdasarkan referensi penelitian terdahulu maka ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan yang diukur dari total aset neraca pada akhir tahun. Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan dan struktur kepemilikan yang lebih luas (Utami dan Prastiti, 2011). Perusahaan yang skalanya besar biasanya cenderung lebih banyak dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya daripada perusahaan yang mempunyai skala lebih kecil (Sari, 2012). Agar perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat maka perusahaan dapat mengungkapkan kepeduliannya pada lingkungan melalui pelaporan keuangan tahunan.

Ukuran KAP

Ukuran KAP mengacu pada kantor akuntan publik yang jasanya digunakan oleh perusahaan. Berdasarkan teori keagenan, adanya auditor eksternal merupakan salah satu perangkat tata kelola perusahaan yang dapat meminimalkan konflik kepentingan prinsipal dan agen, yaitu dengan memeriksa pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan yang diaudit oleh KAP tersebut (Al-Bassam et al., 2015). KAP yang baik adalah KAP yang mampu memeriksa secara rinci mengenai pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan yang menggunakan jasanya. Brooks et al (2019) melakukan penelitian tentang pengaruh masa jabatan perusahaan audit, ukuran perusahaan, umur perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan audit mengikuti standar audit internasional, dan mengontrol lebih banyak aspek yang diungkapkan informasi dari perusahaan audit lokal yang biasanya lebih kecil dari perusahaan internasional.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang dapat menggambarkan keberadaan perusahaan untuk melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) (Ervina, 2017). Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSR.

Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, maka manajer lebih termotivasi untuk memberikan informasi rinci termasuk kebebasan untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya. Hal ini menyebabkan manajer ingin meyakinkan investor akan profitabilitas perusahaan yang tinggi (Ruroh dan Latifah, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh Ruroh dan Latifah (2018), Sugeng (2020), Wahyuningsih & Mahdar (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Apabila dihubungkan dengan teori legitimasi, semakin besar sumber daya yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar upaya perusahaan untuk memperoleh legitimasi dari seluruh pemangku kepentingan. Legitimasi dapat diperoleh dengan melaksanakan tanggung jawab sosial dan mengungkapkannya dalam laporan tahunan (Rankin et al, 2011). Perusahaan yang memiliki tingkat entitas bisnis tinggi mendorong para investor untuk menginvestasikan saham kepada perusahaan dan jika saham perusahaan tinggi membuat pengungkapan CSR-nya meningkat, karena pendorong pengungkapan CSR adalah kepemilikan saham perusahaan yang tinggi (Ruroh dan Latifah, 2018). Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abidin & Lestari (2019), Wahyuningsih & Mahdar (2018), Hardianti & Anwar (2020) yang menemukan bahwa ukuran (*size*) perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social Responsibility*.

H2: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Pengaruh Ukuran KAP terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Ukuran KAP mengacu pada kantor akuntan publik yang jasanya digunakan oleh perusahaan. Ukuran KAP dapat diklasifikasi menjadi KAP berukuran besar yaitu KAP yang berafiliasi dengan perusahaan audit Big 4 (*Pricewaterhouse Coopers, KPMG, Ernst & Young, dan Deloitte & Touche*) dan KAP berukuran kecil yang tidak berafiliasi dengan perusahaan audit Big 4 (Anita, 2018). Berdasarkan teori keagenan, adanya auditor eksternal merupakan salah satu perangkat tata kelola perusahaan yang dapat meminimalkan konflik kepentingan prinsipal dan agen, yaitu dengan memeriksa pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan yang diaudit oleh KAP tersebut (Al-Bassam et al., 2015). KAP yang baik adalah KAP yang mampu memeriksa secara rinci mengenai pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan yang menggunakan jasanya. KAP besar memiliki kekuasaan lebih dibandingkan KAP kecil untuk mempengaruhi kliennya sehingga klien mereka akan mengungkapkan lebih banyak informasi keuangan dan non-keuangan dalam laporan tahunan mereka, termasuk informasi mengenai CSR. Selain itu, KAP besar lebih peduli dengan reputasi mereka, sehingga memerlukan pengungkapan yang lebih tinggi dari klien mereka (Anita, 2018). Penelitian Krisna & Novrys (2016) dan Abidin & Lestari (2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif ukuran KAP terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

H3: Ukuran KAP berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan populasi perusahaan infrastruktur, utilitas dan transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), yaitu sebanyak 83 perusahaan. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini

adalah metode pemilihan sampel bertujuan (*purposive sampling*). Adapun kriteria-kriteria tersebut adalah sebagai berikut: (1) perusahaan infrastruktur, *utility*, dan transportasi yang terdaftar di BEI melalui situs BEI (www.idx.co.id); (2) perusahaan yang konsisten mempublikasikan laporan keuangan atau laporan tahunan yang telah diaudit oleh auditor independen secara lengkap periode 2016-2020; (3) perusahaan menghasilkan laba secara terus menerus selama periode 2016-2020; (4) perusahaan memiliki kelengkapan data informasi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan *annual report* yang bersangkutan selama periode tahun 2016-2020. Jumlah sampel yang didapatkan setelah melakukan *purposive sampling* dengan periode pengamatan 2016-2020 sebanyak 80 perusahaan. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Tabel 1 Operasional Variabel

Variabel	Formulasi	Skala Pengukuran
Pengungkapan CSR	$CSR\ Disclosure = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan}}{\text{Jumlah item yang diharapkan perusahaan}}$	Rasio
Profitabilitas	$Return\ Of\ Asset = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
Ukuran Perusahaan	$Size = \log n\ \text{Total Aset}$	Rasio
Ukuran KAP	<i>Dummy</i> adalah yang digunakan untuk membuat kategori data yang bersifat kualitatif dan data kualitatif bentuknya adalah skala nominal, yaitu 0 dan 1	Nominal

Sumber: data diolah 2021

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini agar dapat melihat pengaruh ukuran profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ukuran KAP terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, pada perusahaan yang tergolong dalam perusahaan infrastruktur, *utility*, dan transportasi dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R^2), dan uji signifikansi parsial (Uji *t*). Model uji diuji terlebih dahulu dengan uji asumsi klasik untuk mengetahui kelayakan dari model regresi berganda. Berikut adalah model regresi berganda yang digunakan pada penelitian ini:

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

Keterangan:

- Y = Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial
- a = Konstanta
- b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi
- X₁ = Profitabilitas
- X₂ = Ukuran Perusahaan
- X₃ = Ukuran KAP
- e = Pengganggu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan deskripsi suatu data dapat dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*) dan nilai standar deviasi dari variabel independen dan dependen yang digunakan pada penelitian ini.

Tabel 2 Analisis Deskriptif

Keterangan	Maksimum	Minimum	Mean
2016			
Profitabilitas	16.24	0,02	1,08
Ukuran Perusahaan	26.74	12.1	21.18
Ukuran KAP	1	0	0.375
Pengungkapan CSR	0.54	0.03	0.27
2017			
Profitabilitas	0.16	0.02	0.06
Ukuran Perusahaan	26.75	12.2	21.31
Ukuran KAP	1	0	0.375
Pengungkapan CSR	0.53	0.05	0.28
2018			
Profitabilitas	0.35	0.01	0.08
Ukuran Perusahaan	26.89	12.24	21.46
Ukuran KAP	1	0	0.475
Pengungkapan CSR	0.58	0.05	0.29
2019			
Profitabilitas	0.12	0.01	0.06
Ukuran Perusahaan	26.99	12.31	21.1
Ukuran KAP	1	0	0.475
Pengungkapan CSR	0.45	0.05	0.3
2020			
Profitabilitas	0.12	0.01	0.05
Ukuran Perusahaan	27.07	12.42	20.77
Ukuran KAP	1	0	0.475
Pengungkapan CSR	0.49	0.05	0.31

Sumber: Data Diolah 2021

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dari nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusi normal.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas dengan Komogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		46
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.05919412
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.041
	Negative	-.105
Test Statistic		.105
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Output SPSS 25

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance Inflation factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.

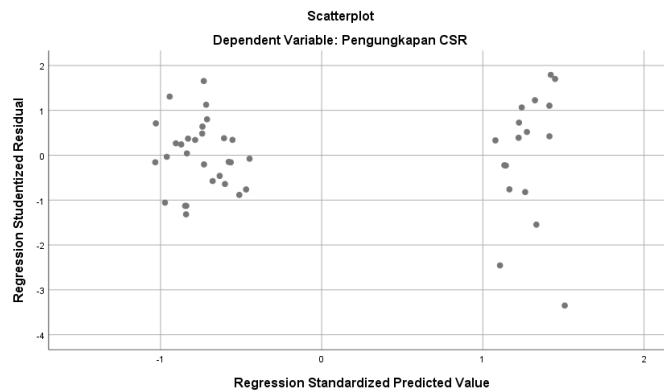
Tabel 4 Hasil Uji Multikolienaritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	.364	.305		1.191	.240		
Profitabilitas	.266	.376	.090	.709	.482	.964	1.038
Ukuran Perusahaan	-.002	.014	-.019	-.151	.881	.998	1.002
Ukuran KAP	.090	.019	.601	4.743	.000	.963	1.039

a. Dependent Variable: Pengungkapan CSR

Sumber: data output SPSS 25

Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.



Gambar 1. Grafik Scatterplot

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan pengganggu pada periode t -1.

Tabel 5 Hasil Run Test

Run Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.00820
Cases < Test Value	23
Cases \geq Test Value	23
Total Cases	46
Number of Runs	21
Z	-.746
Asymp. Sig. (2-tailed)	.456

a. Median

Sumber: Output SPSS 25

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.592 ^a	0.350	0.304	0.061271738038278

a. Predictors: (Constant), Ukuran KAP, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas
b. Dependent Variable: Pengungkapan CSR

Sumber: Output SPSS 25

Nilai adjusted R² pada tabel 6 adalah sebesar 0.304, nilai tersebut mengindikasikan bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 30,4% dan sisanya sebesar 69,6% dijelaskan oleh faktor- faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 7 Hasil Uji Parsial atau Uji-t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.364	0.305		1.191	0.240
1 Profitabilitas	0.266	0.376	0.090	0.709	0.482
Ukuran Perusahaan	-0.002	0.014	-0.019	-0.151	0.881
Ukuran KAP	0.090	0.019	0.601	4.743	0.000

a. Dependent Variable: Pengungkapan CSR

Sumber : Output SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 7 didapatkan model atau rumus regresi berganda untuk pengungkapan CSR yaitu

$$= 0,364 + 0,266 \text{ probabilitas} - 0,002 \text{ ukuran perusahaan} + 0.090 \text{ ukuran KAP} + e$$

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.482 dan 0.881 dimana nilai tersebut > 0.005 sehingga dapat dilihat bahwa variabel Profitabilitas dan Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR sedangkan variabel Ukuran KAP menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.000 dimana nilai tersebut < 0.005 yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh ukuran KAP terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Hasil pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini ditunjukkan dengan signifikansi sebesar 0.482 > 0.05. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hardianti dan Anwar (2020), Wulandari & Sudana (2018), Vicky Tamilia (2019) yang membuktikan bahwa tidak adanya pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Perusahaan di negara berkembang cenderung tidak menekankan kegiatan dan pengungkapan CSR adalah disebabkan oleh pandangan bahwa aktivitas CSR akan menjadi biaya yang mengurangi laba perusahaan. Hal ini didukung dengan argumentasi bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang kesuksesan keuangan perusahaan dan perusahaan hanya fokus untuk

memiliki citra yang baik dan kinerja keuangan yang baik pula, sehingga investor pun akan tertarik untuk berinvestasi.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Hasil pengujian hipotesis kedua dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini ditunjukkan dengan signifikansi sebesar $0.881 > 0.05$. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suci dkk (2017), Wigrihayani (2019), dan Sugeng (2020) menyatakan dalam penelitiannya bahwa besar kecilnya Ukuran perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Semakin besar ukuran perusahaan semakin sedikit item yang akan diungkapkan dalam pengungkapan CSR.

Pengaruh Ukuran KAP Terhadap Pengungkapan CSR

Hasil pengujian hipotesis ketiga dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Ukuran KAP memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini ditunjukkan dengan signifikansi sebesar $0.000 < 0.005$. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Krisna & Suhardianto (2016) dan Abidin & Lestari (2019) yang membuktikan bahwa Ukuran KAP memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menggunakan auditor yang berafiliasi dengan *the big four* akan lebih banyak menjelaskan tentang informasi sosial dalam laporan keuangan perusahaan termasuk pengungkapan *corporate social responsibility*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan Ukuran KAP memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam penelitian ini masih terdapat banyak keterbatasan, sehingga untuk penelitian selanjutnya untuk memperluas variabel independen yang digunakan yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yang lebih bervariasi sehingga hasil yang baru dapat dibandingkan dengan penelitian yang ada, menambah proksi atau metode penelitian lain dalam menguji setiap variabel terkait penelitian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, J., & Lestari, S. A. (2020). *The Pengaruh Ukuran perusahaan dan Ukuran Komite Audit terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Pada BEI Tahun 2014-2018*. Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi, 4(1), 48-58.
- Abidin, J., & Lestari, S. A. (2020). *The Pengaruh Ukuran perusahaan dan Ukuran Komite Audit terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Pada BEI Tahun 2014-2018*. Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi, 4(1), 48-58.
- Adila, Nur. 2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dalam Laporan Tahunan Perusahaan*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
- Al-Bassam, W. M., Ntim, C. G., Opong, K. K., & Downs, Y. (2018). *Corporate boards and ownership structure as antecedents of corporate governance disclosure in Saudi Arabian publicly listed corporations*. Business & Society, 57(2), 335-377.

- Al-Bassam, W. M., Ntim, C. G., Opong, K. K., & Downs, Y. (2018). *Corporate boards and ownership structure as antecedents of corporate governance disclosure in Saudi Arabian publicly listed corporations*. *Business & Society*, 57(2), 335-377.
- Al-Gamrh, B., & Al-dhamari, R. (2016). *Firm characteristics and corporate social responsibility disclosure in Saudi Arabia*. *International Business Management*, 10(18), 4283-4291.
- Ali, Waris, dan Muhammad Rizwan. 2013. *Factors Influencing Corporate Social and Environmental Disclosure (CSED) Practices in the Developing Countries: An Institutional Theoretical Perspective*. *International Journal of Asian Social Science* 3(3): 590-609.
- Anita, A. (2018). Analisis Pengaruh Struktur Kepemilikan Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Global Financial Accounting Journal*, 2(1), 1-12.
- Brooks, L. L. Z., Gill, S., & Wong-On-Wing, B. (2019). *Corporate social responsibility risk and auditor–client retention*. *International Journal of auditing*, 23(1), 95-111.
- Cahyaningtyas, F. (2018). *Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Lembaga Keuangan yang Terdaftar di BEI*. *Journal of Economics, Business, and Government Challenges*, 1(1), 10-21.
- Chelsya, C. (2018). *Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia*. *Jurnal Ekonomi*, 23(1), 142-154.
- Dwipayadnya, Putu Agus, Ni Luh Putu Wiagustini dan Ida Bgs. Anom Purbawangsa. 2015. *Kepemilikan Manajerial dan Leverage sebagai Prediktor Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 20(2), pp:150-157.
- Ervina. 2017. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010- 2014)*. Skripsi Universitas Lampung.
- Erwanti, Y., & Haryanto, H. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dewan Komisaris, Komite Audit dan Kualitas Audit terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(4), 295-308.
- Gunawan, G. (2018). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan dibidang Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Periode 2014-2016/Gracia Gunawan/34140037/Pembimbing: Prima Apriwenni.
- Handriyani, A. N. (2013). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 2(5).
- Hardianti, D., & Anwar, A. (2020). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility*. *JAE (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 5(1), 107-114.

- Hermuningsih, S. (2012). Pengaruh profitabilitas, Size Terhadap Nilai Perusahaan
<https://economy.okezone.com/read/2019/12/20/320/2144462/fakta-dana-csr-garuda-diselewengkan-ternyata-diduga-untuk-ini> . Diakses tanggal 7 Mei 2021
- Khalil, S., & O'sullivan, P. (2017). *Corporate social responsibility: Internet social and environmental reporting by banks*. Meditari accountancy research.
- Krisna, A. D., & Suhardianto, N. (2016). *Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 18(2), 119-128.
- Kustina, T. (2020). *Pengaruh Kinerja Lingkungan, Sensitivitas Industri, Dan Ukuran Perusahaan, Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi, 12(1), 113-125.
- Meryawati F. (2011). *Pengaruh Corporate Governance dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi.
- Mulyadi, M. S., & Anwar, Y. (2012). *Impact of corporate social responsibility toward firm value and profitability*. The Business Review, Cambridge, 19(2), 316-322.
- Nanda, U. L., & Rismayani, G. (2019). *Pengaruh Gender Diversity, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Ukuran KAP Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi, 5(1).
- Nur, M., & Priantinah, D. (2012). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapancorporate Social Responsibility Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia)*. Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen, 1(2), 22-34.
- Purnama, S., & Mayliza, R. (2019). *Nilai Perusahaan Di Lihat Dari Aspek Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening*. INA-Rxiv. July, 31.
- Raditya, K. I., Purnamawati, I. G. A., & Prayudi, M. A. (2018). *Analisis Perlakuan Akuntansi Dan Pelaporan Pertanggungjawaban Sosial Pada Perusahaan (Studi Kasus Pada Pt. Pln (Persero) Distribusi Bali Area Bali Utara, Kota Singaraja)*. Jimat (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha, 8(2).
- Rankin, Michaela, Carolyn Windsor, dan Dina Wahyuni. (2011). An Investigation of Voluntary Corporate Greenhouse Gas Emissions Reporting in A Market Governance System: Australian Evidence. Accounting, Auditing and Accountability Journal, Vol. 24, No. 8, 1037-1070.
- Riswari, D. A., & Cahyonowati, N. (2012). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Publik Non Finansial yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008- 2009)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis)
- Ruroh, I. N., & Latifah, S. W. (2018). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Risk Minimization Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)*. Jurnal Akademi Akuntansi (JAA), 1(1).
- Ruslim, H., Wijaya, A., Ekadjaja, A., & Yanti, M. (2017). *The Influence Of Company Size, Profitability, Leverage, And Foreign Ownership On Corporate Social Responsibility*

Disclosure Among Manufacturing Companies

- Saputra, S. E. (2016). *Pengaruh leverage, profitabilitas dan size terhadap pengungkapan Corporate social responsibility pada perusahaan di bursa efek Indonesia*. Journal of Economic and Economic Education, 5(1), 75-89.
- Sari, R. A. (2012). *Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap corporate social responsibility disclosure pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia*. Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen, 1(2), 124-140.
- Sari, R. A. (2012). *Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap corporate social responsibility disclosure pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia*. Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen, 1(2), 124-140.
- Suci, T., Sari, I., Yuliandari, W. S., Nurbaiti, A., & Si, M. (2017). *Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, dan Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*
- Sugeng, A. (2020). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Go Public Tahun 2016- 2018 Di Bursa Efek Indonesia)*. Going Concern: JURNAL RISET AKUNTANSI, 15(3), 405-416.
- Utami, S., & Prastiti, S. D. (2011). *Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap social disclosure*. Jurnal Ekonomi Bisnis, 16(1), 63-69.
- Vania Halim.2019. *Fakta Dana CSR Garuda Diselewangkan, Ternyata Diduga untuk Ini*.
- Vicky Tamalia, V. (2019). *Pengaruh Karakteristik Finansial Perusahaan Dan Kepemilikan Publik Terhadap Pengungkapan Csr Perusahaan Manufaktur*. Jurnal Paradigma Akuntansi, 1(2), 515-522
- Wahyuningsih, A., & Mahdar, N. M. (2018). *Pengaruh size, leverage dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Bisnis dan komunikasi, 5(1), 27-36.
- Wigrhayani, N. N. S. W., & Sapari, S. (2019). *Pengaruh Tipe Industri, Growth, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA), 8(8).
- Wulandari, A. A. A. I., & Sudana, I. P. (2018). *Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Asing, Kepemilikan Manajemen, dan Leverage Pada Intensitas Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. E-Jurnal Akuntansi, 22(2), 1445-1472.