

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP LUAS
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA
PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA**

Febrianto Gilang Prasetyo Sugiarto
Universitas Negeri Surabaya
febrianto.gilang@gmail.com

Abstract

The aimed of this research is to analyze whether company's characteristic affect to the disclosure of corporate social responsibility. In this research, company's characteristic is consist of company's size, company's profitability and public ownership. Based of this research is the phenomenon of the differences of corporate social responsibility disclosure in Indonesia. There is an inconsistency in many result of research that had been occured. Each of researcher has many different perception in determine which are affected in Corporate Social Responsibility Disclosure. The object of this research are food and beverages companies which are listed in Indonesia Stock Exchange. The result of this research shows that all of the company's characteristic has positive effect on corporate social responsibility disclosure.

Keywords: *Company's Size, Company's profitability, Public Ownership, Corporate Social Responsibility Disclosure*

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial dapat dipahami sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan komunitas secara lebih luas (Rudito, 2007). Undang-undang No. 74 tahun 2007 juga semakin memperkuat pengertian di atas bahwa perusahaan yang dalam menjalankan kegiatan usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Salah satu sub sektor

perusahaan yang berhubungan langsung dengan pengolahan sumber daya alam adalah perusahaan makanan dan minuman.

Sejauh ini, kegiatan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan sub sektor makanan dan minuman masih terlihat tidak merata. Sebagai contoh, dalam *Annual Report* oleh PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk tahun 2012 diungkapkan bahwa perusahaan ini telah menerapkan berbagai kegiatan CSR dalam bidang lingkungan, sosial masyarakat, seni budaya, kehidupan beragama hingga pendidikan. Di samping itu, dalam *Annual Report* PT. Prasadha Aneka Niaga Tbk di tahun yang sama, menginformasikan kepada pembaca bahwa perusahaan ini telah melaksanakan kegiatan CSR pada bidang kesehatan, sosial masyarakat dan kehidupan beragama. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan luas pengungkapanan CSR yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan makanan dan minuman.

Menurut hasil penelitian Purwanto (2011), Nur (2012), Kamil (2012), Lucyanda (2012), Sari (2012), Kristi (2013) dan Munawwarah (2013) menyatakan bahwa luas pengungkapan CSR dipengaruhi oleh ukuran masing-masing perusahaan. Menurut Munawwarah (2013), untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan, kita dapat melihat dari total aset yang dimilikinya.

Di samping dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, menurut Sari (2012), Lucyanda (2012) dan Veronica (2008) profitabilitas juga mempengaruhi luas pengungkapan CSR. Ketiga penelitian tersebut menggunakan *Return of Asset* (ROA) sebagai alat ukur profitabilitas perusahaan.

Selain dipengaruhi ukuran dan profitabilitas perusahaan, penelitian yang dilakukan Yuliana (2008) menyatakan bahwa luas pengungkapan CSR

perusahaan dipengaruhi pula oleh kepemilikan saham publik. Penilaian kepemilikan saham oleh publik diperoleh melalui hasil perhitungan rasio antara jumlah saham yang dimiliki publik dengan total saham yang beredar (Cahyono, 2010).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan kepemilikan saham oleh publik terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam penelitian ini, ketiga variabel di atas disebut sebagai karakteristik perusahaan yang akan diuji untuk mengetahui apakah berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Kristi, 2013).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali pengaruh karakteristik perusahaan (ukuran perusahaan, profitabilitas perusahaan dan kepemilikan saham oleh publik) terhadap luas pengungkapan CSR perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat member sumbangan seperti: (1) memperkuat dan memperkaya hasil-hasil penelitian sebelumnya, karena penghitungan rasio profitabilitas menggunakan metode NPM yang berbeda dari penelitian pada umumnya terdahulu, (2) memberikan tafsiran yang berhubungan dengan karakteristik perusahaan dalam melakukan praktik pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Stakeholder

Teori ini mengungkapkan bahwa sebenarnya perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada para pemilik (*shareholder*) dengan sebatas pada

indikator ekonomi namun telah meluas hingga mencapai ranah sosial kemasyarakatan atau *stakeholder*, dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial (Sari, 2012). Hubungan sosial antara *stakeholder* dan perusahaan juga dapat diungkapkan melalui kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang dipersembahkan kepada para *stakeholder* dan juga lingkungan sekitar. Untuk membuktikan telah dilaksanakannya kegiatan ini, perusahaan melakukan praktik pengungkapan CSR sebagai wujud dialog antara manajemen dengan *stakeholder* (Indrawati, 2009). Dengan adanya kegiatan ini diharapkan kebutuhan para *stakeholder* akan informasi kegiatan CSR dapat terpenuhi dan perusahaan dapat memperoleh dukungan dari masyarakat dan *stakeholder* untuk dapat menjalankan aktivitas perusahaannya dengan maksimal.

Menurut *The World Business Council on Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan sebuah komitmen perusahaan untuk melaksanakan etika berperilaku dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa telah terjadi perubahan pandangan terhadap sebuah bisnis yang meluas dari tujuan mencari profit hingga elemen CSR dan akuntabilitas (Ghozali, 2006). Penerapan CSR dapat diungkapkan perusahaan dalam media laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang memberikan informasi mengenai praktik CSR perusahaan selama kurun waktu satu tahun berjalan kepada para pemegang saham.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan merupakan sebuah penilaian atau skala yang digunakan terhadap perusahaan untuk menentukan besar kecilnya suatu entitas. Perusahaan dengan skala besar akan cenderung lebih banyak mengungkapkan kegiatan CSR-nya apabila dibandingkan dengan perusahaan berskala kecil (Kristi, 2013). Menurut Yao, Wang dan Song (2011), semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin disorot oleh para *stakeholder*. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, dinyatakan bahwaterdapat hubungan positif diantara ukuran perusahaan dan luas pengungkapan CSR, sehingga hipotesis yang diajukan ialah sebagai berikut:

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI

Pengaruh Profitabilitas Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan CSR

Tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan (Purwanto, 2011). Oleh sebab itu semakin tinggitingkat profitabilitas, maka semakin rinci pula informasi yang diberikan oleh manajersebab pihak manajemen ingin meyakinkan investor tentang profitabilitas perusahaan (Anggraini, 2006).

Kamil (2012), Sari (2012), Purwanto (2011), Lucyanda (2012), Nur (2012), Yuliana (2008), Veronica (2008) menggunakan ROA untuk menghitung profitabilitas perusahaan dalam penelitiannya, sedangkankan Kristi (2013) dan Yuliana (2008) menggunakan ROE. Dalam menilai profitabilitas, peneliti menggunakan margin laba bersih (*Net Profit Margin*) untuk mengetahui apakah

terdapat perbedaan dari hasil yang akan diperoleh dalam penelitian ini dengan hasil penelitian terdahulu, sehingga dapat mengajukan sebuah hipotesis:

H₂: Profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI

Kepemilikan Saham oleh Publik

Kepemilikan saham oleh publik dalam hal ini diartikan sebagai seberapa banyak jumlah saham yang dimiliki oleh publik yang merupakan pihak individu di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan (Mulyono, 2010). Rahajeng (2010) juga menyebutkan bahwa semakin besar saham yang dimiliki oleh publik, maka akan semakin banyak informasi yang harus diungkapkan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan informasi para investor dalam mengawasi kegiatan manajemen, sehingga kepentingan dalam perusahaan terpenuhi. Berdasar pada penjelasan di atas, menghasilkan sebuah hipotesis yaitu:

H₃ : Kepemilikan saham perusahaan oleh publik berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI

Penelitian Terdahulu

Dari hasil penelitian Purwanto (2011), Nur (2012), Kamil (2012), Lucyanda (2012), Sari (2012), Kristi (2013) dan Munawwarah (2013), mengungkapkan bahwa luas pengungkapan CSR perusahaan dipengaruhi oleh ukuran perusahaan tersebut. Berbeda dengan ini, hasil penelitian Yuliana (2008),

Veronica (2008) dan Sari (2012) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan CSR perusahaan tersebut.

Di samping itu, penelitian Veronica (2008), Sari (2012) dan Lucyanda (2012) menyebutkan bahwa profitabilitas tidak mempengaruhi luas pengungkapan CSR suatu perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Purwanto (2011), Nur (2012), Kamil (2012), Sari (2012), Kristi (2013) dan Yuliana (2008) yang menunjukkan bahwa luas pengungkapan CSR tidak dipengaruhi oleh profitabilitas perusahaan.

Selain itu, Yuliana (2008) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa kepemilikan saham oleh publik mempengaruhi luas pengungkapan CSR suatu perusahaan. Tetapi Nur (2012), Lucyanda (2012), Mulyono (2010) dan Kristi (2013) mengungkapkan dalam penelitian yang telah mereka lakukan, bahwa luas pengungkapan CSR tidak dipengaruhi oleh kepemilikan saham oleh publik.

Dalam penelitiannya, Kamil (2012), Sari (2012), Kristi(2013), Purwanto (2011), Lucyanda (2012), Nur (2012), Yuliana (2008) dan Veronica (2008) menghitung ukuran perusahaan dari total aset yang dimiliki perusahaan tersebut. Di samping itu, dalam menghitung profitabilitas perusahaan, Kamil (2012), Sari (2012), Purwanto (2011), Lucyanda (2012), Nur (2012) dan Veronica (2008) menggunakan *Return of Assets* (ROA). Berbeda dengan Kristi (2013) dan Yuliana (2008) yang menggunakan *Return of Equity* (ROE) untuk memperoleh nilai profitabilitas perusahaan. Sedangkan untuk mendapatkan nilai kepemilikan saham oleh publik, Kristi (2013), Lucyanda (2012), Nur (2012), Mulyono (2010) dan

Yuliana (2008) menghitung rasio dari jumlah kepemilikan saham oleh publik dengan jumlah saham yang beredar.

Selain itu, seluruh penelitian di atas menggunakan pendekatan dikotomi untuk memperoleh *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) sebagai nilai variabel CSR. Sedangkan untuk menganalisis hipotesis, para peneliti tersebut menggunakan model analisis regresi berganda dan untuk menentukan populasi dan sampel data, mereka juga menggunakan metode *purposive sampling*.

METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi dengan menggunakan sekunder berupa laporan tahunan (*annual report*) perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang telah dipublikasikan. Data diperoleh dari *website* BEI (www.idx.co.id) serta *website* perusahaan.

Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2008-2012. Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI berjumlah 15, namun 5 diantaranya tidak menerbitkan laporan tahunan secara lengkap dan berturut-turut selama tahun pengamatan. Berdasarkan kriteria pengambilan

sampel, maka diperoleh 10 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel sehingga total sampel selama lima tahun periode pengamatan sebanyak 50 perusahaan.

Penelitian ini harus lolos uji asumsi klasik untuk mengetahui bahwa metode analisis regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa pengujian diantaranya uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, dan uji autokorelasi.

Pengukuran Variabel

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah karakteristik perusahaan yang diproksikan dengan ukuran perusahaan, profitabilitas perusahaan, dan kepemilikan saham oleh publik, sedangkan variabel dependen adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Pengukuran variabel dalam penelitian ini dapat ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Pengukuran Variabel

Variabel Dependen	
Luas Pengungkapan CSR	Mengacu pada indikator-indikator <i>Global Reporting Initiative</i> versi 30.00. Penilaian variabel ini menggunakan pendekatan dikotomi (1 = diungkapkan, 0 = tidak diungkapkan), yaitu: $CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{79}$
Variabel Independen	
Ukuran perusahaan (UP)	$UP = \log (\text{nilai buku total aset})$
Profitabilitas perusahaan (NPM)	$NPM = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}}$
Kepemilikan saham oleh publik (KP)	$KP = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham oleh Publik}}{\text{Total Saham Beredar Perusahaan}}$
Sumber: diolah penulis	

Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif sedangkan pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan model regresi berganda (*multiple regressions*). Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$\text{CSRDI} = \alpha + \beta_1 \text{UP} + \beta_2 \text{NPM} + \beta_3 \text{KP} + e$$

Keterangan:

α = Konstanta

CSRDI= Pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan, yang diukur menggunakan indeks

UP = Ukuran Perusahaan

NPM = Profitabilitas

KP = Kepemilikan Saham oleh Publik

e = *Error*

$\beta_0 - \beta_3$ = Koefisien Regresi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah luas pengungkapan CSR dan variabel independennya adalah ukuran perusahaan, profitabilitas perusahaan dan kepemilikan saham oleh publik. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 50 yang diperoleh dari laporan tahunan 10 perusahaan makanan dan minuman pada tahun 2008-2012. Berikut merupakan hasil uji statistik deskriptif seluruh variabel dalam penelitian ini dengan menggunakan program SPSS 16.00:

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Deviation
UKURAN	50	25.91	31.71	27.9594	1.67998
NPM	50	0.1	0.30	0.1114	0.08015
SAHAM	50	0.00	0.50	0.1930	0.14923
CSR	50	0.17	0.42	0.2944	0.06908
Valid N (listwise)	50				

Sumber: Penghitungan SPSS 16.00

Tabel Statistik Deskriptif di atas menunjukkan hasil pengujian statistik deskriptif yang terdiri dari nilai indeks minimum, maksimum, rata-rata, dan deviasi standar dari variabel dependen dan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini. Pada variabel indeks luas pengungkapan CSR, menunjukkan bahwa indeks pengungkapan CSR yang terkecil adalah 0,17 dan yang terbesar adalah 0,42. Rata-rata pengungkapan CSR dari 10 sampel perusahaan adalah 0,2944 dengan deviasi standar sebesar 0,06908.

Variabel independen ukuran perusahaan memiliki rentang log *natural* total aset perusahaan antara 25,91 sampai 31,71. Rata-rata ukuran perusahaan dari 50 sampel data perusahaanyaitu 27,9594 dengan deviasi standar sebesar 1,67998.

Variabel profitabilitas perusahaan yang dinyatakan dengan NPM, memiliki rentang nilai antara 1% hingga 30%. Rata-rata kemampuan perusahaan makanan dan minuman dalam menghasilkan laba yaitu sebesar 11,14% dan deviasi standar variabel profitabilitas sebesar 0,08015.

Untuk variabel kepemilikan saham oleh publik (KP), indeks terbesar mencapai prosentase 50% dan indeks terkecil sebesar 0%. Perolehan indeks terkecil tersebut dikarenakan belum bergabungnya perusahaan Indofood CBP Sukses Makmur dalam BEI pada tahun 2009. Selain itu, rata-rata saham

perusahaan yang dimiliki oleh publik diperoleh sebesar 19,3%. Deviasi standar variabel kepemilikan saham oleh publik sebesar 0,14923.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini menggunakan 4 pengujian, yaitu uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Pengujian normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat rasio skewness serta rasio kurtosis. Hasil pengujian menyebutkan rasio skewness sebesar -0.875 dan rasio kurtosis sebesar -1.607. Data yang digunakan dalam sebuah penelitian dapat disebut normal apabila rasio skewness dan kurtosis berada diantara -2 dan +2.

Uji autokorelasi pada penelitian ini dilakukan dengan melihat hasil pengujian Durbin-Watson (DW). Pengujian pertama menunjukkan bahwa terdapat variabel pengganggu, maka dari itu diperlukan pengujian ulang dengan meregres model persamaan yang telah dibuat sebelumnya. Hasil pengujian yang diperoleh yaitu nilai DW sebesar 2.224 yang lebih besar dari batas atas (D_U) yaitu 1.6739 dan kurang dari $4 - 1.6739$ ($4 - D_U$) yang berarti bahwa kita tidak bisa menolak H_0 yang menyatakan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif (Ghozali, 2006:102).

Uji multikolinieritas pada penelitian ini menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas dengan nilai $VIF \geq 10$ (Ghozali, 2006: 96). Dari hasil pengujian ini menunjukkan bahwa nilai VIF dari variabel UP, NPM dan KP masing-masing

sebesar 2.246; 1.013 dan 2.242 yang berarti tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat grafik *Scatterplot*. Grafik yang dihasilkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji asumsi klasik, maka dapat dilaksanakan uji hipotesis. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan tujuan untuk dapat memprediksi hubungan variabel dependen dan independen. Berikut merupakan hasil analisis data dengan menggunakan metode regresi berganda:

Tabel 3. Analisis Regresi Berganda (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.651 ^a	0.424	0.385	0.05280

Sumber : Perhitungan SPSS 16.00

Berdasarkan Tabel Analisis Regresi Berganda di atas, dapat diketahui nilai adjusted R^2 yang diperoleh sebesar 0,385. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa 38,5% tingkat pengungkapan CSR dipengaruhi oleh variabel-variabel karakteristik perusahaan yang dinyatakan dengan ukuran perusahaan, profitabilitas perusahaan dan kepemilikan saham oleh publik. Sedangkan sisanya sebesar 61,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian

ini. Di samping itu, dari hasil penelitian ini diperoleh pula nominal koefisien serta signifikansi dari variabel-variabel independen yang dibuktikan dengan Tabel Analisis Regresi Berganda sebagai berikut :

Tabel 4. Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.159	0.180		6.428	0.000
UKURAN	-0.031	0.007	-0.765	-4.557	0.000
NPM	-0.323	0.095	-0.389	-3.412	0.001
SAHAM	0.162	0.076	0.359	2.139	0.038

a. Dependent Variable: CSR

Sumber : Perhitungan SPSS 16.00

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan CSR

Tabel di atas juga menunjukkan nilai koefisien variabel ukuran perusahaan (UP) yang berupa regresi negatif dengan t hitung sebesar -0,031. Variabel ukuran perusahaan ini, secara statistik dapat disebut signifikan karena memiliki nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ yaitu sebesar 0,000. Oleh karena itu, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* tidak dapat diterima.

Hasil penelitian ini memperkuat pernyataan Purwanto (2011), Kamil (2012), Lucyanda (2012) dan Kristi (2013) dalam hasil penelitiannya yang mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan memengaruhi luas pengungkapan CSR perusahaan. Hasil ini juga sejalan dengan teori *stakeholder*, bahwa tuntutan *stakeholder* (dan/atau masyarakat) akan manfaat keberadaan perusahaan tersebut juga semakin besar sesuai dengan perkembangan aset perusahaan dari tahun ke tahun.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Luas Pengungkapan CSR

Variabel profitabilitas yang dinyatakan dengan NPM ternyata memiliki nilai koefisien regresi negatif dengan t hitung sebesar -0,323. Selain itu, secara statistik variabel profitabilitas ini signifikan karena memiliki nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ yaitu sebesar 0,001. Dengan demikian, hipotesis yang kedua yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate socialresponsibility* dapat diterima.

Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian Purwanto (2011), Kamil (2012), Kristi (2013) dan Yuliana (2008) yang menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan antara profitabilitas dan luas pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa perhitungan profitabilitas perusahaan dengan menggunakan metode NPM juga berpengaruh pada luas pengungkapan CSR. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi pada umumnya lebih banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan berorientasi pada laba. Laba yang diperoleh perusahaan akan menjadi sorotan *stakeholder* dan menyebabkan perusahaan mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial.

Pengaruh Kepemilikan Saham oleh Publik Luas Pengungkapan CSR

Variabel kepemilikan saham oleh publik (KP) juga memiliki nilai koefisien regresi positif dengan t hitung sebesar 0,126. Sejalan dengan hasil pengujian variabel sebelumnya, ternyata secara statistik variabel kepemilikan saham oleh publik ini signifikan karena memiliki nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ yaitu sebesar 0,038. Maka dari itu, hipotesis yang ketiga yang

menyatakan bahwa kepemilikan saham oleh publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dapat diterima.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian Yuliana (2008) yang mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR juga dipengaruhi oleh kepemilikan saham publik. Sesuai dengan teori *stakeholder*, bahwa pemilik saham publik akan menuntut perusahaan untuk mengungkapkan lebih banyak kegiatan *corporate social responsibility*-nya. Komposisi data yang digunakan juga menunjukkan bahwa kepemilikan saham oleh publik cukup banyak, hingga mencapai 50% dari saham yang beredar.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan-keterbatasan yang perlu diperbaiki dan dikembangkan pada penelitian-penelitian berikutnya. Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Pertama, sampel yang dipilih pada penelitian ini hanya menggunakan perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI, sehingga hasil penelitian tidak dapat mewakili kondisi keseluruhan perusahaan. Kedua, penelitian ini hanya menggunakan laporan tahunan untuk memperoleh data terkait pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Ketiga, masih terdapatnya unsur subjektivitas dalam menentukan indeks pengungkapan CSR karena tidak terdapat ketentuan yang baku dalam penentuan standar.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa luas pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dipengaruhi oleh karakteristik perusahaan yang dinyatakan dalam ukuran perusahaan, profitabilitas (NPM) dan kepemilikan saham oleh publik. Ukuran perusahaan dan profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap luas pengungkapan CSR, sedangkan kepemilikan saham oleh publik berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR. Tinggi rendahnya tingkat pengungkapan CSR oleh perusahaan makanan dan minuman di Indonesia ini dipengaruhi oleh karakteristik yang dimiliki masing-masing perusahaan. Semakin besar jumlah kepemilikan saham oleh publik maka semakin luas pula pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

Saran

Atas dasar keterbatasan yang dialami dalam penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat membantu mengurangi keterbatasan pada penelitian-penelitian selanjutnya. Diharapkan pada penelitian selanjutnya, peneliti dapat memperluas sampel perusahaan sehingga dapat mencakup seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI. Pada penelitian selanjutnya, sebaiknya tidak hanya menggunakan laporan tahunan dalam memperoleh data yang berkaitan dengan pengungkapan CSR, namun juga dapat memperluas cakupan luas pengungkapan CSR melalui laporan yang dipublikasi dalam media cetak maupun elektronik serta *website* perusahaan. Mengikuti perkembangan dan

memperbaharui item-item yang dapat digunakan dalam penilaian pengungkapan CSR juga perlu diterapkan pada peneliti selanjutnya. Pada penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat menambahkan atau menggunakan variabel lain untuk menemukan suatu model standar pengungkapan CSR, seperti kepemilikan manajerial, ukuran dewan komisaris, kepemilikan saham oleh investor asing dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, F. R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang.
- Cahyono, A. T. 2010. *Reaksi Pasar Atas Environmental Disclosures dan Karakteristik Perusahaan yang Mempengaruhinya*. Universitas Brawijaya, Malang.
- Ghozali Imam. 2006. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Indrawati N. 2009. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Annual Report serta Pengaruh Political Visibility dan Economic Performance. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*. 1(1): 1-11.
- Kamil A. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility. *Media Riset Akuntansi*. 2(1): 4-12.
- Kristi AA. 2013. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. 1(1): 2-18.
- Lucyanda J, Siagian LGP. 2012. The Influence of Company Characteristics Toward Corporate Social Responsibility Disclosure. *International Conference on Business and Management*. 1(1): 601-612.
- Mulyono FL. 2010. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan Publik di Indonesia. *E-journal Ekonomi*. 1(1): 2-17.

- Munawwarah C, Gusnardi, Makhdalena. 2013. Pengaruh Ukuran dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Perusahaan Manufaktur yang Listing Di BEI Tahun 2010-2011). *Economic Education*. 1(1): 6-7.
- Nur M, Priantinah D. 2012. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate 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): 23-33.
- Purwanto A. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*. 8(1): 12-27.
- Rahajeng, R. G. 2010. *Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia)*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Rudito, B. 2007. *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Sari NMP, Kholisoh L. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Manufaktur. *E-journal Ekonomi*. 1(1): 2-16.
- Sari RA. 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(1): 125-138.
- Veronica TM. 2008. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *E-journal Ekonomi*. 1(1): 6.
- Yao, S., Wang, J., Song, L. 2011. *Determinants of Social Responsibility Disclosure by Chinese Firms*. Nottingham: The University of Nottingham.
- Yuliana R, Purnomosidhi B. 2008. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan Dampaknya Terhadap Reaksi Investor. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*. 5(2): 246-272.