



**PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, SALES GROWTH, DAN MEDIA
EXPOSURE TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL
PERUSAHAAN**

(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Studi Akuntansi (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Elok Soraya

NIM. 111.042.1021

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
JANUARI, 2016

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk menguji efek dari profitabilitas, likuiditas, growth, dan media exposure, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) pada 2012-2014. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari laporan tahunan perusahaan yang diperoleh melalui website Indonesia bursa pada 2012-2014. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposif sampling. Untuk mendapatkan jumlah sampel 39. Metode analisis data yang digunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efek yang signifikan pada profitabilitas CSR penutupan ini. likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR penutupan ini. Growth tidak berpengaruh pada CSR penutupan ini. Media exposure berpengaruh secara signifikan terhadap CSR penutupan ini.

This study purposes to examine the effects of profitability, liquidity, growth, and media exposure to Corporate Social Responsibility Disclosure. The population of this study is manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2012-2014. This study uses secondary data from company annual reports obtained through the website of the

Indonesia Stock Exchange in 2012-2014. The sampling technique using purposive sampling, in order to obtain the number of samples 39. The method of data analysis used is multiple regression analysis.

The results of this study indicate that a significant effect on the profitability of CSR disclosure. Liquidity no significant effect on CSR disclosure. Growth has no effect on CSR disclosure. Media exposure significantly influence CSR disclosure.

Latar Belakang

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang biasa disebut *Corporate Sosial responsibility* (CSR) merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat. Perusahaan dihadapkan pada kenyataan, bahwa walaupun tujuan utamanya mencari keuntungan, namun tidak dapat dilepaskan dari masyarakat. Diharapkan dengan penerapan CSR maka perusahaan akan dapat melangsungkan usahanya dalam jangka panjang.

Corporate Social Responsibility tidak memberikan hasil pelaporan keuangan dalam jangka pendek, namun *Corporate Social Responsibility* akan memberikan dampak, baik langsung maupun tidak langsung pada keuangan perusahaan dimasa yang akan datang. Investor juga ingin investasinya dan

kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan memiliki citra yang baik dimata masyarakat. Dengan demikian, apabila perusahaan melakukan program-program *Corporate Social Responsibility* secara berkelanjutan, maka perusahaan akan berjalan dengan baik, oleh karena itu program *Corporate Social Responsibility* lebih tepat apabila digolongkan sebagai investasi dan harus menjadi strategi bisnis dari suatu perusahaan.

CSR tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangan (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom line*. Di sini *bottom lines* lainnya selain financial juga ada sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*), keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperlihatkan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar. Di berbagai tempat dan waktu muncul kepermukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya.

Dari pemaparan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Sales Growth*, dan *Media Exposure* Terhadap pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)”

Perumusan Masalah

1. Apakah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
2. Apakah likuiditas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
3. Apakah *sales growth* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
4. Apakah media *exposure* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini yaitu :

- a. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
- b. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

- c. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *growth* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
- d. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak antara lain:

- a. Manfaat Teoritis
Bagi pengembangan keilmuan dan pengetahuan, penelitian ini diharapkan dapat ikut memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan akuntansi sosial, mengenai pengungkapan CSR.
- b. Manfaat praktis
Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran perusahaan-perusahaan untuk memikirkan tentang kewajiban sosial perusahaan.
- c. Bagi Peneliti
Hasil penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman tentang akuntansi pertanggung jawaban sosial secara lebih baik dalam konteks akuntansi pertanggung jawaban sosial yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur

TELAAH PUSTAKA

Teori Legitimasi

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat semakin maju. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*). Definisi tersebut mengisyaratkan, bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), Pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat. Suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimasi.

Teori Agensi

Iklas dan Herkulanus (2008: 76), adapun dasar yang melandasi munculnya teori keagenan adalah dimana individu-individu bertindak untuk kepentingan diri

mereka sendiri sehingga terkadang mengabaikan kepentingan perusahaan. Teori agensi mengarah pada tujuan agensi, pemilik (*principal*) yang memberi mandat pada pekerja (*agen*). Berdasarkan penjelasan diatas, menunjukkan bahwa kepentingan antara agen dan prinsipal dapat menyebabkan perbedaan pendapat dalam pengambilan keputusan. Konflik tersebut dapat menyebabkan timbulnya biaya keagenan, yang dapat mempengaruhi kebijakan agen mengenai biaya-biaya yang harus dilakukan.

Teori Stakeholders

Menurut freeman dalam Azheri (2012: 112-113), *stakeholders* yaitu kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi dan/atau dipengaruhi oleh suatu capaian tujuan tertentu. *Stakeholders* yaitu keterkaitan yang didasari oleh kepentingan tertentu. *Stakeholderstheory* membahas hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan berbagai pihak. Pengungkapan CSR ini penting karena para *stakeholders* perlu mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukan.

Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap para pemilik (*stakeholder*) dengan sebatas pada

indikator ekonomi (*economic focused*), namun bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*).

Perusahaan memperhitungkan faktor-faktor sosial (*social dimentions*), sehingga muncul istilah tanggung jawab sosial (*social responsibility*). *Stakeholders* akan menjadikan kontrol bagi perusahaan agar dapat mengevaluasi kegiatan perusahaan. Kesadaran perusahaan tentang pentingnya keberadaan *stakeholder* akan menjadikan perusahaan senantiasa berinovasi dan mengevaluasi, sehingga perusahaan dapat berkembang.

CSR (Corporate Social Responsibility)

Menurut Djajadiningrat dan Melia (2004: 35), tanggung jawab sosial perusahaan atau yang biasa disebut CSR merupakan bentuk kepedulian suatu usaha terhadap lingkungan, baik lingkungan di dalam kegiatan usaha maupun diluar kegiatan usaha, misalnya keselamatan para pekerja, penanganan limbah yang dihasilkan sehingga tidak mengganggu masyarakat sekitar. Masyarakat yang ada dilingkungan usaha akan merespon sesuai dengan yang dilakukan oleh kegiatan usaha perusahaan. Perusahaan yang selama ini dipandang hanya mementingkan keuntungan saja, tetapi dengan adanya CSR membuktikan bahwa perusahaannya tidak hanya mementingkan laba/

keuntungan saja, tetapi juga peduli terhadap lingkungan.

Pada dasarnya dengan menerapkan CSR ada banyak manfaat yang akan diterima, yaitu (Fahmi, 2013: 83) :

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra perusahaan.
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.
- d. Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- e. Melebarkan akses sumberdaya bagi operasional usaha.
- f. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
- g. Memperbaiki hubungan dengan stakeholders.
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- j. Peluang mendapatkan penghargaan.

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Martin Freedman, dalam Henny dan Murtanto (2001) dalam Kuntari dan Sulisyani (2007), Ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja sosial, yaitu :

1. *Sosial Audit*
Pemeriksaan sosial mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari program-program

yang berorientasi sosial dari operasi-operasi yang dilakukan perusahaan. Pemeriksaan sosial dilakukan dengan membuat suatu daftar aktivitas-aktivitas perusahaan yang memiliki konsekuensi sosial, lalu auditor sosial akan mencoba mengestimasi dan mengukur dampak-dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas-aktivitas tersebut.

2. *Sosial Report*

Berbagai alternatif format laporan untuk menyajikan laporan sosial telah diajukan oleh para akademis dan praktisioner. Pendekatan-pendekatan yang dapat dipakai oleh perusahaan untuk melaporkan aktivitas-aktivitas pertanggung jawaban sosialnya ini dirangkum oleh Dilley dan Weygandt menjadi empat kelompok sebagai berikut:

a. *Inventory Approach*

Perusahaan mengkompilasikan dan mengungkapkan sebuah daftar yang komprehensif dari aktivitas-aktivitas perusahaan. Daftar ini harus memuat semua aktivitas sosial perusahaan baik yang bersifat positif maupun negatif.

b. *Cost Approach*

Perusahaan membuat aktivitas-aktivitas sosial perusahaan dan mengungkapkan jumlah pengeluaran pada masing-masing aktivitas tersebut.

c. *Program Management Approach*

Perusahaan tidak hanya mengungkapkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosial tetapi juga tujuan dari aktivitas tersebut serta hasil yang telah dicapai oleh perusahaan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan itu.

d. *Cost Benefit Approach*

Perusahaan mengungkapkan aktivitas yang memiliki dampak sosial serta biaya dan manfaat dari aktivitas tersebut. Kesulitan dalam penggunaan pendekatan ini adalah adanya kesulitan dalam mengukur biaya dan manfaat sosial yang diakibatkan oleh perusahaan terhadap masyarakat.

3. Pengungkapan Sosial dalam Laporan Keuangan (*Disclosure In Annual Report*)

Pengungkapan sosial adalah pengungkapan informasi tentang aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan. Pengungkapan sosial dapat dilakukan melalui berbagai media antara lain laporan tahunan, laporan interim/laporan sementara, prospektus, pengumuman kepada brsa efek atau melalui media masa.

Perusahaan cenderung untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut yaitu

a. *Decision Usefulness Studies*

Belkaoui (1989) dalam Anggraini (2006) mengemukakan bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkannya dalam laporan keuangan. Sebagian dari studi-studi yang dilakukan oleh para peneliti yang mengemukakan pendapat ini menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh para pemakai laporan keuangan. Para analis, *banker* dan pihak lain yang dilibatkan dalam penelitian tersebut diminta untuk melakukan peneriksaan terhadap informasi akuntansi. Informasi akuntansi tersebut tidak terbatas pada informasi akuntansi tradisional yang telah dinilai selama ini, namun juga informasi yang lain yang relatif baru dalam wacana akuntansi. Mereka menempatkan informasi aktivitas sosial perusahaan pada posisi yang *moderately important*.

b. *Economic Theory Studies*

Studi ini menggunakan *agency theory* dimana menganalogikan manajemen sebagai agen dari suatu prinsipal. Lazimnya, prinsipal diartikan sebagai

pemegang saham atau tradisional *user* lain. Namun, pengertian prinsipal tersebut meluas menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen, manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik.

c. *Social and Political Theory Studies*

Studi dibidang ini menggunakan teori *stakeholder*, teori legitimasi organisasi dan teori ekonomi politik. Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas. Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Rasio adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dengan

hubungannya dengan penjual total aktiva maupun modal sendiri, ddengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berpengaruh dengan analisis profitabilitas ini misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk deviden. Macam-macam rasio profitabilitas diantaranya, (Helfert, 1995):

1. *Gross profit margin* sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan, apabila harga pokok penjualan meningkat maka gross profit margin akan turun begitu juga sebaliknya. $GMP =$

$$\frac{\text{Penjualan}-\text{HPP}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

2. *Net profit margin* selama satu periode tidak berubah sedangkan net profit marginnya mengalami penurunan maka berarti bahwa biaya meningkat relatif lebih besar dari pada peningkatan penjualan. $NPM =$

$$\frac{\text{EAT}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

3. Return on Investment (ROI) atau (ROA) menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan.

$$ROI = \frac{\text{EAT}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

4. *Return on Equity* atau *Return on net worth* mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham

perusahaan, rasio ini dipengaruhi oleh besar kecilnya hutang perusahaan, apabila proporsi hutang semakin besar maka rasio ini juga akan semakin besar $ROE = \frac{EAT}{Modal\ Sendiri} \times 100\%$

1. Profit margin untuk mengukur laba kotor yang dihasilkan dari setiap rupiah penjualan, profit margin yang rendah dari rata-rata industri menunjukkan bahwa harga jual perusahaan relatif lebih rendah atau harga pokok penjualan yang relatif lebih tinggi. $PM = \frac{EBIT}{Penjualan} \times 100\%$
2. Rentabilitas Ekonomi merupakan perbandingan antara laba usaha dengan total aktiva. $RE = \frac{EBIT}{Total\ Aktiva} \times 100\%$
3. Return on Asset untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aset yang dimiliki perusahaan $ROA = \frac{\text{laba setelah bunga dan pajak}}{Total\ Aktiva} \times 100\%$

Likuiditas

Menurut kasmir (2008) rasio likuiditas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan. Caranya adalah dengan membandingkan komponen yang ada di neraca, yaitu total aktiva lancar dengan

total pasiva lancar (utang jangka pendek). Terdapat dua hasil penilaian terhadap pengukuran rasio likuiditas, yaitu apabila perusahaan mampu memenuhi kewajibannya, dikatakan perusahaan tersebut dalam keadaan *likuid*. Sebaliknya apabila perusahaan tidak mampu memenuhi kewajiban tersebut, dikatakan perusahaan dalam keadaan *likuid*. Tujuan dan manfaat yang dapat dipetik dari hasil rasio likuiditas yaitu :

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih.
2. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan.
3. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan sediaan atau piutang.
4. Untuk melihat kondisi dan posisi likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu dengan membandingkannya untuk beberapa periode.

Sales Growth

Pengaturan pertumbuhan membutuhkan keseimbangan yang sesuai antara tujuan penjualan perusahaan, efisiensi operasi dan sumber pendanaan

keuangan. Banyak perusahaan mengalami kebangkrutan dikarenakan pertumbuhan yang terlalu tinggi tanpa diimbangi sumber daya keuangan yang memadai. Sebagai upaya mengatasi hal tersebut perusahaan harus menentukan tingkat pertumbuhan penjualan yang konsisten dengan realita perusahaan dan pasar keuangan dan mengimplementasikannya dalam bentuk rencana keuangan (Van Horne dan Wachowicz 2005:285)

$$SG = \frac{\text{Penjualan } t - \text{Penjualan } t - 1}{\text{Penjualan } 1}$$

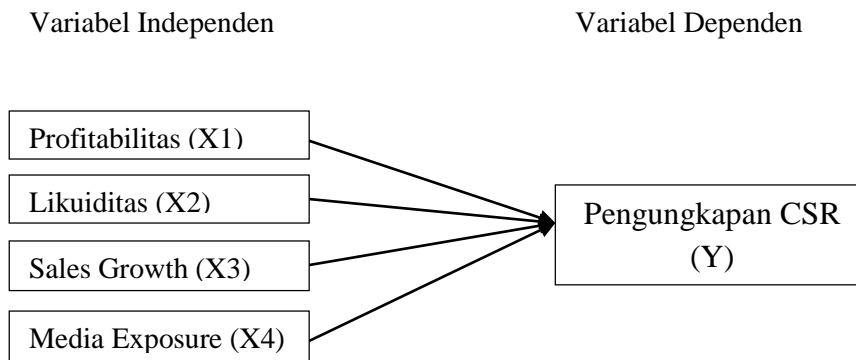
Media Exposure

Untuk mengkomunikasikan CSRnya perusahaan bisa mengungkapkan kegiatan-kegiatan tersebut dengan berbagai media. Terdapat tiga media yang biasanya dipakai perusahaan dalam pengungkapan CSR perusahaan, yaitu melalui TV, koran, serta internet (WEB perusahaan). Media TV merupakan media yang paling efektif dan mudah dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Akan tetapi, media ini hanya digunakan oleh beberapa perusahaan saja. Media internet (WEB) merupakan media yang efektif

dengan didukung oleh para pemakai internet yang mulai meningkat. Sedangkan media koran merupakan media yang sudah sering digunakan oleh perusahaan, serta dapat digunakan sebagai dokumentasi. Dengan mengkomunikasikan CSR melalui media-media tersebut, diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan.

Media tidak hanya memainkan peran pasif pada bentuk norma institusi, akan tetapi berperan aktif dengan memberikan riwayat pelaporan dan menyusunnya untuk menggambarkan nilai dari suatu perusahaan. Dengan demikian, secara tidak langsung media juga mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan melalui media website adalah merupakan kategori pengungkapan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan. Signaling theory dapat digunakan untuk memprediksi kualitas pengungkapan perusahaan, yaitu dengan penggunaan internet sebagai media pengungkapan perusahaan dapat meningkatkan kualitas pengungkapan. (Luciana 2008).

Rerangka Pemikiran



Hipotesis Penelitian

H1: profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

H2: Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

H3: *Sales Growth* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

H4: *Media Exposure* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Variabel penelitian dan Definisi Operasional

Variabel Dependen

Variabel dependen penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Menurut Guthrie, et al. (2003) dalam Fahrizqi (2010), variabel pengungkapan sosial perusahaan diukur dengan metode *content analysis*. *Content analysis* dapat dilakukan salah satunya dengan cara checklist, yang

Menurut Sembiring (2005), pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat terdiri dari tujuh kategori dengan total 78 item pengungkapan yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, umum. Item pengungkapan dalam penelitian ini kemudian dinyatakan dalam bentuk indeks pengungkapan sosial.

Variabel Independen

Penelitian independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Tingkat profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan rasio *Return On Total Asset* (ROA). Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. Rumusnya sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}}$$

b. Likuiditas (CR)

Rasio likuiditas mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Mengukur tingkat likuiditas dalam penelitian ini dengan rasio lancar (*current ratio*/CR). Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang lancar}}$$

c. *Sales Growth*

Pertumbuhan perusahaan (*growth*) dalam penelitian ini diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{sales Growth} = \frac{\text{Penjualan } t - \text{penjualan } t - 1}{\text{Penjualan } 1}$$

Keterangan:

Penjualan t: penjualan bersih (*net sales*) periode tahun berjalan

Penjualan t-1: penjualan bersih (*net sales*) periode tahun sebelumnya

d. *Media Exposure* (ME)

Penelitian ini mengukur media *exposure* melalui *website* dengan variabel *dummy*, yaitu memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di *website* resmi perusahaan. Memberikan nilai 0 untuk perusahaan

yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di *website* resmi perusahaan.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sedangkan pemilihan sampel penelitian ditentukan secara *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

Metode Analisis Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan sumber data penelitian secara tidak langsung melalui media perantara, yang dapat berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter), baik yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia sesuai dengan kriteria sampel yang telah ditentukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Obyek Penelitian

Deskripsi obyek penelitian yang menjadi sampel penelitian ini, yaitu perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan mempublikasikan laporan keuangan perusahaan secara konsisten selama 3 tahun berturut-turut, yaitu 2012, 2013 dan 2014. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, maka sebanyak 381 perusahaan akan diuraikan berdasarkan laba

peusahaan, hutang perusahaan, pertumbuhan penjualan perusahaan dan media pengungkapan perusahaan.

Analisis Statistik Deskriptif

Data yang dikumpulkan dan akan diolah dalam penelitian ini dianalisis dengan alat statistik deskriptif. Pengujian statistik deskriptif ini menggunakan SPSS versi 20 untuk memudahkan perolehan data sehingga dapat menjelaskan variabel –variabel yang digunakan. Pengujian statistik deskriptif pada dasarnya memaparkan secara numeric ukuran pemutusan data, mengukur penyebaran suatu data, dan mengukur distribusi suatu data. Penelitian dengan menggunakan statistic deskriptif yang terdiri dari rata-rata, nilai maksimum, minimum dan standart deviasi (Trihendradi,2012:75).

Berdasarkan tabel deskriptif diatas untuk variabel profitabilitas memiliki nilai minimum 0.00, maksimum 0.421, nilai rata-rata 0.11600 dan standar deviasi sebesar 0.98324. variabel profitabilitas yang diukur menunjukkan rata-rata 0.11600. hal ini berarti bahwa rata-rata perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI mampu menghasilkan laba bersih sebesar 0.11600 atau 11% dari total aset yang dimiliki perusahaan. Nilai profitabilitas minimum diperoleh sebesar 0.00 dari seluruh nilai aset perusahaan, dan profitabilitas

maksimum adalah sebesar 0.421. hal ini berarti perusahaan dapat menghasilkan laba bersih sebesar 42% dari total aset yang dimiliki perusahaan.

Uji Hipotesis

Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.5
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.585	.024		24.672	.000		
Profitabilitas	.003	.003	.072	1.947	.050	.996	1.004
Likuiditas	-.178	.091	-.170	-.851	.396	.949	1.053
Sales growth	-.002	.004	-.043	.502	.617	.994	1.006
Media exposure	.095	.023	.355	4.074	.000	.950	1.052

a. Dependent

Variable: CSR

Sumber :

Lampiran 5

Berdasarkan persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Konstanta (a) sebesar 0.585 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstanta, maka indeks pengungkapan CSR sebesar 0.585
- b. Koefisien regresi untuk profitabilitas sebesar 0.003 menyatakan bahwa setiap penambahan Rp 1 pada rasio

profitabilitas akan meningkatkan indeks pengungkapan CSR sebesar 0.003.

- c. Koefisien regresi untuk likuiditas sebesar -0.178 menyatakan bahwa setiap penambahan Rp 1 pada rasio likuiditas akan mengurangi tingkat indeks pengungkapan CSR sebesar 0.178
- d. Koefisien regresi untuk *sales growth* sebesar 0.002 menyatakan bahwa setiap penambahan Rp 1 pada rasio *sales growth* akan mengurangi tingkat indeks pengungkapan CSR sebesar 0.002.
- e. Koefisien regresi untuk media *exposure* sebesar 0.095 menyatakan bahwa setiap penambahan Rp 1 pada rasio media *exposure* akan menambah tingkat indeks pengungkapan CSR sebesar 0.095

Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji Statistik F)

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen secara bersama – sama mempengaruhi variabel dependen. Jika :

- a. $F_{hitung} > F_{table}$ dan nilai signifikansi $F_{hitung} < 0.05$, maka variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR
- b. $F_{hitung} > F_{table}$ dan nilai signifikansi $F_{hitung} > 0.05$, maka

variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Tabel 4.6

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.236	4	.059	6.654	.000 ^a
Residual	.993	112	.009		
Total	1.229	116			

Hasil uji F

Sumber : Lampiran 5

Dari hasil analisis pada hasil uji ANOVA atau uji F hitung adalah 6.654 sedangkan nilai F table pada derajat bebas pada baris $(n-k-1) = 117-4-1 = 112$ dan probabilitas $(5) = 5$ terdapat pada daftar F table, dengan tingkat signifikan = 5% adalah sebesar 2.45. dari perhitungan di atas ternyata F_{hitung} lebih besar dari F_{table} ($6.252 > 245$) berarti secara simultan Profitabilitas, likuiditas, *sales growth* dan media *exposure* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Pengungkapan social perusahaan.

$P_{value} 0.000 < \alpha 0.05$ berarti secara simultan Profitabilitas, likuiditas, *sales growth* dan media *exposure* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Pengungkapan social perusahaan.

Pembahasan

1. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR

Variabel profitabilitas memiliki nilai t hitung sebesar $1.947 > 1.652$ dan nilai signifikansi lebih kecil $0.050 < 0.05$. berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima atau profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab social perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka pengungkapan CSR juga akan semakin tinggi. Hasil penelitian ini jika dikaitkan dengan teori agensi, menunjukkan bahwa profitabilitas yang tinggi akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen (agen) untuk melakukan dan mengungkapkan kepada prinsipal mengenai program tanggung jawab sosial secara luas. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas/laba yang tinggi maka perusahaan akan lebih leluasa untuk memilih bentuk pengungkapan CSR mana yang akan dilakukan.

2. Pengaruh likuiditas Terhadap pengungkapan CSR

Variabel likuiditas memiliki nilai t hitung sebesar $-0.851 > 1.652$ dan nilai signifikansi lebih kecil $0.396 > 0.05$. berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak atau likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab social perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi

likuiditas perusahaan, maka pengungkapan CSR akan semakin rendah. Likuiditas yang tinggi membuat perusahaan lebih memikirkan untuk melunasi hutang dari pada melakukan CSR. Hasil penelitian ini tidak mampu mendukung teori legitimasi, dengan alasan tingkat likuiditas yang tinggi, maka perusahaan lebih mementingkan melunasi hutangnya dari pada melakukan kegiatan sosial perusahaan terhadap masyarakat.

3. Pengaruh *Sales Growth* terhadap pengungkapan CSR

Variabel sales growth memiliki nilai t hitung sebesar $-0.502 > 1.652$ dan nilai signifikansi lebih kecil $0.617 < 0.05$. berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa H_3 ditolak atau sales growth tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab social perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa, bisa jadi perusahaan dengan penjualan tinggi, maka lebih memilih menggunakan biaya-biaya untuk kegiatan produksi, dari pada menggunakan untuk kegiatan CSR yang nantinya malah akan menambah biaya. Hal ini jika dikaitkan dengan teori stakeholders dapat dijelaskan bahwa, stakeholders lebih tertarik dengan berorientasi pada profit perusahaan.

4. Pengaruh *Media Exposure* terhadap pengungkapan CSR

Variabel media *exposure* memiliki nilai t hitung sebesar $4.074 > 1.652$ dan nilai signifikansi lebih kecil $0.000 < 0.05$. Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima atau media *exposure* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab social perusahaan. Semakin tinggi media *exposure* perusahaan menunjukkan peningkatan reputasi perusahaan dari stakeholders. Sehingga pengungkapan CSR juga akan semakin tinggi. Pemanfaatan pengungkapan CSR melalui website resmi perusahaan akan dapat meningkatkan reputasi perusahaan dari stakeholders. Berdasarkan hasil penelitian ini jika dikaitkan dengan teori legitimasi, menunjukkan bahwa media *exposure* mempunyai peran yang penting karena adanya tuntutan publik terhadap perusahaan.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini, penulis memperoleh beberapa kesimpulan yaitu :

1. Penelitian ini memberikan hasil secara parsial, bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap jumlah indeks pengungkapan tanggung jawab social perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia.
2. Penelitian ini memberikan hasil secara parsial, bahwa likuiditas tidak

berpengaruh signifikan terhadap jumlah indeks pengungkapan tanggung jawab social perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia.

3. Penelitian ini memberikan hasil secara parsial, bahwa *sales growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah indeks pengungkapan tanggung jawab social perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia.
4. Penelitian ini memberikan hasil secara parsial, bahwa media *exposure* berpengaruh signifikan terhadap jumlah indeks pengungkapan tanggung jawab social perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia.
5. Penelitian ini memberikan hasil secara simultan, variabel profitabilitas, likuiditas, *sales growth* dan media *exposure* secara bersama – sama memiliki pengaruh terhadap jumlah indeks pengungkapan tanggungjawab social perusahaan yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.
6. Penelitian ini memberikan hasil secara parsial, Profitabilitas dan media *exposure* secara statistic berpengaruh signifikan terhadap jumlah indeks pengungkapan

tanggung jawab social perusahaan, sedangkan likuiditas dan *sales growth* secara statistic tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah indeks pengungkapan tanggung jawab social perusahaan yang di ungkapkan dalam laporan tahunan di Bursa Efek Indonesia.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang apabila mampu diatasi akan dapat memperbaiki hasil penelitian selanjutnya. Keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sebagai sampel sehingga hasil penelitian tidak dapat mewakili kondisi seluruh perusahaan.
2. Sumber data yang diperoleh merupakan data sekunder sehingga penelitian tidak dilakukan di tempat perusahaan berada sehingga faktor internal tidak bisa ditinjau lebih dalam.
3. Sedikitnya jumlah sampel yang dilakukan dalam penelitian ini.

Saran

1. Bagi perusahaan mempertimbangkan mengenai item pengungkapan CSR apa saja yang akan diungkapkan oleh perusahaan. Memanfaatkan pengungkapan media (*media*

exposure) sebaik mungkin mengenai pengungkapan CSR.

2. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan variabel yang lebih banyak agar dapat lebih mempresentasikan hubungan karakteristik perusahaan dengan indeks pengungkapan tanggung jawab social perusahaan.
3. Untuk peneliti selanjutnya, item – item indeks pengungkapan tanggung jawab social hendaknya diperbarui sesuai dengan kondisi masyarakat dan peraturan yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

1. Adnan, Hafiz dan Dicky Arisudhana. Analisis Kebangkrutan Model Altman Z-score dan Springte pada Perusahaan Industr Properti. Jurnal Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Budi Luhur Jakarta.
2. Adnan, Muhammad Akhyar dan Eha Kurniasih. 2000. Analisis Tingkat Kesehatan Perusahaan untuk Memprediksi Potensi Kebangkrutan dengan Pendekatan Altman (Kasus pada Sepuluh Perusahaan di Indonesia. JAAI Vol 4 No 2.
3. Bowo, Ari. Analisis Perbandingan Model Altman Modifikasi Dan Springate Untuk Memprediksi

- Kebangkrutan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Sebelum Dan Sesudah Adanya Lembaga Penjamin Simpanan. Jurnal Akuntansi Vol. 1 No. 2 Desember 2013.
4. Darsono dan Ashari. 2005. Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan. Penerbit Andi, Yogyakarta.
 5. Fakhrurozie.2007.Analisis Pengaruh Kebangkrutan Bank dengan Metode Altman Z-score Terhadap Harga Saham Perusahaan Perbankan di Bursa Efek Jakarta. Universitas Semarang. Semarang.
 6. Hasibuan, Magdalena. 2010. Analisis Model Z-Score Altman untuk Memprediksi Gejala Financial Distress pada Perusahaan Textile dan Garment yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia . Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Sumatra Utara. Medan.
 7. Hidayat, Gustina. 2014. Analisis Kebangkrutan Model Altman Modifikasi Z-score dan Springate Pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2012. Fakultas Manajemen dan Bisnis. Universitas Widyatama. Bandung.
 8. Ikatan Akuntan Indonesia.2009.Standar Akuntansi Keuangan. Salemba Empat, Jakarta.
 9. Ikatan Akuntan Indonesia.2010.Standar Akuntansi Keuangan. Salemba Empat, Jakarta.
 10. Irfan Fahmi.2011. Analisa Laporan Keuangan. Alfabeta, Bandung.
 11. Kasmir. 2008. Analisis Laporan Keuangan.Raja Grafindo Persada. Jakarta
 12. Kosasih. 2010. “Analisa Tingkat Kebangkrutan Model Altman dan Foster Pada Perusahaan Textile Dan Garment Go Public Di Bursa Efek Indonesia”. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
 13. Munawir.2010.Analisa Laporan Keuangan, Edisi 4. Liberty.Yogyakarta.
 14. Putri. Mustika Warga.2006. Analisa Laporan Keuangan Prediksi Kebangkrutan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Serta Kelangsungan Pada PT Mayora Indah Tbk Beserta Anak Perusahaan 2001-2005.
 15. Peter dan Yoseph. Analisa Kebangkrutan dengan Metode Altman Z-score, Springate dan Zmijewski. Jurnal Ilmiah

- Akuntansi No 3, Januari – April 2011.
16. Rani, Paramita Eka.2010.Analisis Pemilihan Prediktor Kebangkrutan Terbaik (Perbandingan antara The Altman Model, Springate Model dan The Zmijewski Model). Universitas Lampung. Lampung
 17. Rifki, Muhammad.2009. |Analisis Perbandingan Model Prediksi Financial Distress Altman, Ohlson, Zmijewski dan Springate dalam Penerapannya di Indonesia. Universitas Indonesia. Jakarta
 18. Rismawaty. 2012. Analisis Perbandingan Model Prediksi Financial Distress Altman, Springate, Ohlson dan Zmijewski (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Hasanuddin. Makassar.
 19. Rudianto. 2006. Akuntansi Koperasi. PT Gramedia Widiasana Indonesia. Jakarta.
 20. Widyastuti, Rini.2006. Analisis Kinerja Keuangan Pendekatan Altman dan Pengaruhnya terhadap Harga Saham pada Perusahaan Jasa Go Public di Bursa Efek Indonesia. Universitas Diponegoro. Semarang
 21. Sibarani, Harry. 2011. Prediksi Kebangkrutan Perusahaan Berdasarkan Analisis Model Z-Score Altman pada Perusahaan Berdaftar di Bursa Efek Indonesia. Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatra Utara. Medan.
 22. Syafri, Sofyan Harahap. 2007. Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Raja Grafindo Persadas, Jakarta.
 23. Trihendradi. 2012. “Step By Step SPSS 201: Analisis Data Statistik”. Salemba Infotek. Jakarta.
 24. Tri Zulhijah Juliana.2012.Perbandingan Analisis Kebangkrutan Pada Perusahaan Perkebunan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Skripsi Universitas Mercu BuanaYogyakarta.
 25. Vincent. 2014.Analisa Perbandingan Model Prediksi Kebangkrutan Dengan Menggunakan Model Z – score dan O – score pada Laporan Keuangan PT. PLN (Persero). Skripsi Universitas Sumatra Utara.
 26. Yamin, Sofyan dan Kurniawan, Heri. 2009. “SPSS Complete Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS”, Salemba Infotek. Jakarta
 27. www.idx.com
 28. www.bps.com

