

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN LIKUIDITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Fitri Aulia Arif

Andi Wawo

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Jl. H.M. Yasin Limpo No. 36 Samata - Gowa

Fitriauliah09@gmail.com

Abstract: *This study aims to provide empirical evidence that firm size, leverage and liquidity affect the disclosure of corporate social responsibility and profitability in moderating the relationship of the three dependent variables. This research is quantitative. Subject of this research is manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange 2011-2013. Elections were conducted with a purposive sampling method, in order to obtain 34 companies that meet the criteria with three years of observation. The data used is secondary data derived from the financial statements and annual reports, while data analysis technique used is descriptive statistical analysis and regression analysis. Based on the results of hypothesis testing multiple regression showed that the variables of firm size, leverage and liquidity significant positive effect on the disclosure of corporate social responsibility, and profitability moderate the relationship of liquidity and leverage on the disclosure of corporate social responsibility, but not moderate sized companies on disclosure of corporate social responsibility.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris bahwa ukuran perusahaan, *leverage* dan likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan profitabilitas dalam memoderasi hubungan dari ketiga variabel dependen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2013. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, sehingga diperoleh 34 perusahaan yang memenuhi kriteria dengan 3 tahun pengamatan. Data yang digunakan berupa data sekunder yang berasal dari laporan keuangan dan laporan tahunan, sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil uji hipotesis regresi berganda, penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan, *leverage* dan likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dan profitabilitas memoderasi hubungan likuiditas dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, namun tidak memoderasi ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kata Kunci: ukuran perusahaan, *leverage*, likuiditas, profitabilitas, pengungkapan *corporate social responsibility*

PENDAHULUAN

Perkembangan pembangunan dan teknologi saat ini berdampak pada semakin maju dan kompleksnya aktivitas operasional serta tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini mengakibatkan tuntutan kepada perusahaan juga semakin besar. Perusahaan yang baik tidak hanya dituntut untuk menghasilkan laba yang besar, melainkan dituntut pula untuk memperhatikan kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat, ini dikarenakan operasional perusahaan bisa berkaitan langsung maupun tidak langsung dengan lingkungan.

Tanggungjawab sosial dan lingkungan atau CSR saat ini ramai diperdebatkan kalangan pelaku bisnis. Isu itu mencuat setelah DPR dan Pemerintah dalam pembahasan amandemen UU Perseroan Terbatas (PT) akhir Juni lalu menyepakati pasal 74 yang mewajibkan setiap PT menyisihkan dana untuk kegiatan sosial dan lingkungan CSR dan bagi bisnis yang tidak mematuhi dikenakan sanksi. Kesepakatan kontroversial itu direaksi keras pelaku bisnis. Penolakan itu menyebabkan DPR merevisi ayat-ayat dalam pasal 74.

Program tanggungjawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) pertama kali dikemukakan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953. Setelah itu CSR mengalami pengembangan konsep secara terus-menerus, semula kegiatan CSR berorientasi pada "Filantropi", maka saat ini telah dijadikan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan yang akan turut mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan beserta pentingnya pengembangan masyarakat terhadap penerapan CSR.

Praktik pengungkapan CSR telah banyak diterapkan oleh perusahaan publik di Indonesia. Pada laporan tahunannya, perusahaan telah menyebutkan beberapa aspek pertanggungjawaban sosial walaupun dalam bentuk yang relatif sederhana. Perusahaan berhak memilih bentuk pengungkapan yang sesuai dengan kebutuhan dan kompleksitas organisasinya. Meskipun informasi mengenai CSR yang diungkap dalam laporan tahunan tersebut belum mendetail, itikad baik perusahaan ini perlu untuk mendapatkan apresiasi, setidaknya perusahaan telah menyadari pentingnya informasi mengenai CSR.

Investor mengapresiasi praktik CSR ini dan menilai aktifitas CSR sebagai rujukan untuk menilai potensi keberlanjutan suatu perusahaan. Bila perusahaan tidak mengungkapkan program CSR, bisa jadi *stakeholder* menganggap perusahaan tidak melakukan tanggungjawab sosialnya dan meragukan *going concern*-nya (Pambudi, 2006). Selanjutnya, investor akan menilai perusahaan tidak mampu mempertahankan keberlanjutan usahanya sehingga investor tidak tertarik untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut.

Fokus akuntabilitas perusahaan selama ini masih mengedepankan kepentingan pemegang saham. Perusahaan cenderung mengabaikan kepentingan *stakeholder* lainnya. Padahal keberadaan *stakeholder* tersebut berkaitan erat dengan kesinambungan hidup suatu usaha. Melalui program CSR pada perusahaan, maka dapat terlihat perusahaan mana yang hanya mengedepankan kepentingan pemegang sahamnya tanpa memperhatikan kepentingan masyarakat. Suatu perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR maka perusahaan tersebut dapat

dikatakan tidak hanya berfokus pada pemegang saham saja, melainkan juga memperhatikan masyarakat sekitarnya.

Di Indonesia praktik CSR semakin menguat terutama setelah diberlakukannya UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) Pasal 1 Point 3 yang menyebutkan bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau yang bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan CSR. Implementasi atas peran tanggung jawab sosial tersebut diatur dalam pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 dan pelaksanaannya harus dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan (Pasal 66 ayat 2c). CSR juga diatur dalam UU No.25 Tahun 2007 tentang penanaman modal terkait perusahaan yang terdaftar di pasar modal. Regulasi tersebut menjelaskan kewajiban bagi setiap penanam modal untuk melaksanakan CSR, menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal, dan mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pengungkapan informasi CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan berbeda-beda tergantung pada karakteristik dari masing-masing perusahaan. Wallace *at al* (1994) dalam Cahyono (2010) mengatakan bahwa karakteristik perusahaan menurut konteks pelaporan keuangan dapat diklasifikasikan menurut struktur dan kinerja perusahaan. Pada penelitian ini struktur perusahaan dapat dilihat dari ukuran perusahaan, sedangkan kinerja perusahaan dapat dilihat dari *leverage*, likuiditas dan profitabilitasnya. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan CSR, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan akan diminati investor. CSR dapat digunakan sebagai alat marketing baru bagi perusahaan bila dilaksanakan berkelanjutan.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR memperoleh hasil yang beragam dan menarik untuk dikaji lebih dalam. Penelitian mengenai ukuran perusahaan sudah banyak dilakukan sebelumnya dan memperoleh hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Kokubu (2002) mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arthana (2012) yang mengatakan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, yang berarti bahwa semakin besar suatu perusahaan belum tentu tingkat pengungkapan CSR juga selalu lebih luas.

Penelitian mengenai *leverage* terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan oleh Lidya (2011) dan Munif (2011) mengatakan bahwa variabel *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Tetapi berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Reny (2006) dan Sembiring (2005) yang mengatakan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Penelitian mengenai likuiditas yang dilakukan oleh Hari (2011) mengatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh Ikhsan (2014) bahwa likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penelitian mengenai profitabilitas terhadap pengungkapan CSR sebelumnya sudah pernah dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh Ikhsan (2014) mengatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab

sosial yang dilakukan perusahaan karena tingkat laba yang tinggi belum tentu mampu mengalokasikan kelebihan dananya untuk melakukan kegiatan sosial beserta pengungkapan. Penelitian dengan hasil yang berbeda dilakukan oleh Ebringa *et al* (2013) yang mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Menurut teori *stakeholder* kinerja ekonomi dari suatu perusahaan mempengaruhi keputusan manajemen untuk terlibat dalam pelaporan sosial dan lingkungan.

Berdasarkan latar belakang di atas yang menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR dapat dikatakan tidak hanya berfokus kepada pemegang saham, tetapi juga berfokus kepada kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan sekitar. Perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan CSR berarti merupakan perusahaan yang tidak melakukan tanggungjawab sosial dan diragukan *going concern*-nya (Pambudi, 2006). Terdapat berbagai pertimbangan yang memungkinkan perusahaan melakukan pengungkapan CSR. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*; 2) Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*; 3) Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*; 4) Untuk mengetahui pengaruh moderasi profitabilitas terhadap hubungan antara ukuran perusahaan, *leverage*, likuiditas dan pengungkapan *corporate social responsibility*.

TINJAUAN TEORETIS

Stakeholder Theory

Pada penelitian digunakan teori *stakeholder* karna berdasarkan asumsi dari teori *stakeholder* itu sendiri yakni dibangun atas dasar pernyataan bahwa perusahaan berkembang menjadi sangat besar dan menyebabkan masyarakat menjadi sangat terkait dan memperhatikan perusahaan, sehingga perusahaan perlu menunjukkan akuntabilitas maupun responsibilitas secara lebih luas dan tidak terbatas hanya kepada pemegang saham. Hal ini berarti, perusahaan dan *stakeholder* mempunyai hubungan yang saling mempengaruhi.

Teori Relevansi Nilai

Relevansi nilai (*value relevance*) menjadi poin penting dalam pengungkapan laporan keuangan dan informasi akuntansi yang terkandung di dalamnya untuk pengambilan keputusan termasuk pengambilan keputusan perusahaan dalam mengungkapkan tanggungjawab sosialnya berdasarkan relevansi nilai dari informasi akuntansi yang terdapat dalam laporan keuangan. Pada saat ini, pertumbuhan dari pasar modal tergantung pada kredibilitas informasi keuangan, dan informasi keuangan tersebut harus mempunyai kemampuan mempresentasikan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Relevansi nilai adalah informasi akuntansi keuangan yang relevan mempunyai pengaruh terhadap keputusan ekonomis yang menggunakan informasi akuntansi keuangan. Maka dari itu, laporan keuangan harus disusun berdasarkan standar akuntansi yang berlaku umum.

Ukuran Perusahaan

Brigham dan Houston (2005) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Ukuran perusahaan merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur dari total aktiva yang dimiliki perusahaan.

Total aktiva adalah segala sumber daya yang dikuasai oleh perusahaan sebagai akibat dari transaksi masa lalu dan diharapkan akan memberikan manfaat ekonomi bagi perusahaan dimasa yang akan datang. Perusahaan yang memiliki aktiva dengan jumlah besar atau disebut sebagai perusahaan besar akan mendapatkan lebih banyak perhatian dari para investor, pemerintah, kreditur, maupun para analisis ekonomi dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Leverage

Rasio *leverage* merupakan rasio yang mengukur perbandingan antara dana yang disediakan oleh pemilik perusahaan dengan dana yang berasal dari kreditor perusahaan. Rasio ini menunjukkan risiko *financial* yang dihadapi perusahaan. Dengan adanya komponen modal yang berasal dari utang, pemilik akan memperoleh manfaat berupa keuntungan yang diperoleh dari pertambahan modal, tetapi di sisi lain pemilik harus membayar bunga utang. Jika perusahaan memperoleh hasil yang lebih besar dari dana yang dipinjam dari pada yang harus dibayar sebagai bunga, maka hasil pengembalian untuk para pemilik akan meningkat.

Likuiditas

Rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan pengelola perusahaan dalam memenuhi kewajiban atau membayar utang jangka pendeknya. Artinya, seberapa mampu perusahaan untuk membayar kewajiban atau utangnya yang sudah jatuh tempo. Jika perusahaan mampu memenuhi kewajibannya, maka perusahaan dinilai sebagai perusahaan yang likuid. Sebaliknya, jika perusahaan tidak dapat memenuhi kewajibannya, maka perusahaan dinilai sebagai perusahaan yang ilikuid.

Profitabilitas

Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas perusahaan merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Darwis, 2009). Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal daham tertentu. Menurut Riyanto (2001) profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Tanggungjawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* merupakan suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki suatu tanggungjawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* atau *corporate social responsibility* merupakan proses pengomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggungjawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggungjawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham.

Penelitian Terdahulu

Banyak penelitian yang telah dilakukan guna mencari faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian yang telah dilakukan oleh Suhaena (2013) dengan menguji tiga variabel yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* dengan sampel penelitian yaitu perusahaan LQ 45 yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2008-2010. Hasil penelitian menunjukkan ketiga variabel secara signifikan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Pebriana dan Sukartha (2011) yang meneliti mengenai profitabilitas, *leverage*, umur perusahaan, komposisi dewan direksi dan kepemilikan institusional. Hasil penelitiannya mengatakan bahwa empat variabel tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR yaitu profitabilitas, *leverage*, umur perusahaan dan kepemilikan institusional sedangkan komposisi dewan direksi berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Chuzairi (2013) yang meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Hasil penelitian menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan variabel *type* perusahaan, *leverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Ebiringa *et al* (2013) yang meneliti mengenai ukuran perusahaan dan profitabilitas dan pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian menjelaskan bahwa ada hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Penelitian yang serupa juga dilakukan oleh Ikhsan (2014) yang meneliti mengenai ukuran perusahaan, *leverage* dan likuiditas terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Hasil penelitian menjelaskan bahwa *leverage*

tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan ukuran perusahaan, dan likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate social responsibility*

Tingkat keluasan informasi dalam kebijakan luas pengungkapan perusahaan akan meningkat seiring dengan meningkatnya ukuran perusahaan. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki tuntutan publik akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran kecil, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajar (2013) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah :

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya tercermin dalam tingkat *leverage*. *Leverage* ini juga mencerminkan tingkat risiko keuangan perusahaan. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Anggraini (2006) yang mengatakan bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas. Berdasarkan penjelasan di atas maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₂: *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan yang secara *financial* memiliki tingkat likuiditas yang kuat, maka perlu mengungkapkan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan kuatnya kinerja dibanding dengan perusahaan yang memiliki rasio likuiditas yang rendah. Perusahaan dengan rasio likuiditas tinggi akan memberikan informasi sosial guna memberikan *good news* kepada para pembaca untuk menaikkan citra dan menarik investor (Rahmawati, 2010). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ikhsan (2014) menghasilkan bukti bawa likuiditas mempengaruhi luas pengungkapan tanggungjawab sosial yang dilakukan perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas maka dari hipotesis yang diajukan adalah :

H₃: Likuiditas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi Ukuran Perusahaan, Leverage dan Likuiditas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Menurut Ang (1997) dalam Wahidahwati (2002) rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Heinze (1976) dalam Devina *et al* (2004) menjelaskan bahwa profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggungjawab sosial secara lebih luas. Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi anggapan dasar untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Anggraini, 2006).

Penelitian yang dilakukan oleh Bowman dan Haire (1976) dan Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Badjuri (2011) mengatakan bahwa dengan kepeduliannya terhadap masyarakat menghendaki manajemen untuk membuat perusahaan menjadi *profitable*. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang tinggi atau memperoleh keuntungan yang besar akan mengungkapkan tanggungjawab sosialnya karna mempunyai biaya lebih untuk melakukan pengungkapan selain itu untuk menarik perhatian investor untuk berinvestasi. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ukuran perusahaan, tingkat *leverage* dan likuiditas dapat mempengaruhi pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan, namun dalam melakukan pengungkapan sosial perusahaan tidak terlepas dari pertimbangan seberapa besar profitabilitas yang dimiliki perusahaan untuk melaporkan tanggungjawab sosialnya. Dari penjelasan diatas, hipotesis selanjutnya yang diajukan ialah:

- H₄: Profitabilitas memoderasi ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
- H₅: Profitabilitas memoderasi *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
- H₆: Profitabilitas memoderasi likuiditas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

METODE PENELITIAN

Populasi yang akan menjadi objek dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang telah tercatat dan menerbitkan laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2011 sampai 2013. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebanyak 141 perusahaan. Sampel dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah data sebanyak 102 periode tahun 2011 sampai 2013. Metode *purposive sampling* adalah pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan subjektif peneliti, diantaranya perusahaan mengungkapkan CSR dan profitabilitas yang positif.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari pihak lain atau tidak langsung dari sumber utama (perusahaan), berupa publikasi dengan kurun waktu 3 tahun yaitu mulai dari tahun 2011-2013. Data tersebut berupa

laporan keuangan, dan data lainnya yang berhubungan dengan masalah penelitian. Data sekunder yang kami ambil yaitu data *annual report* perusahaan yang terdaftar di BEI sehingga jenis data tersebut berupa *dokumentary*.

Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah regresi linear berganda dan uji nilai selisih mutlak (*absolute difference value*). Menurut Ghozali (2007:171) uji hipotesis moderating dilakukan dengan menggunakan uji nilai selisih mutlak dengan alasan model ini mampu mengatasi multikolinearitas yang umumnya terjadi sangat tinggi apabila menggunakan uji interaksi dan model ini memasukkan variabel efek utama dalam analisis regresi. Model penelitian dengan persamaan statistiknya sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4 |X_1 - Z| + \beta_5 |X_2 - Z| + \beta_6 |X_3 - Z| + e$$

Keterangan:

Y : Pengungkapan *corporate social responsibility*

α : Konstanta

X_1 : Ukuran perusahaan

X_2 : *Leverage*

X_3 : Likuiditas

Z : Profitabilitas

$\beta_1 - \beta_6$: Koefisien regresi

e : *error term*

Variabel pengungkapan CSR menggunakan *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) berdasarkan GRI yang terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial sebagai dasar *sustainability reporting*. Variabel ini menggunakan pengukuran jumlah item *corporate social responsibility* yang diungkapkan perusahaan dibagi Jumlah item untuk perusahaan j ($n_j = 79$). Ukuran perusahaan diukur dengan struktur aktiva yang dimiliki perusahaan (Ria, 2012). Struktur aktiva dihitung membagi total aktiva tetap dengan total aktiva. Variabel *leverage* diukur dengan menggunakan rasio hutang terhadap modal sendiri (DER). Rasio likuiditas diukur menggunakan *current ratio*, yaitu aktiva lancar dibagi utang lancar. Profitabilitas sebagai variabel pemoderasi merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham (Almilia dan Retrinasari, 2007). Profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return On Equity* (ROE).

PEMBAHASAN

Deskriptif Variabel

Sebagian besar variabel penelitian menunjukkan angka rerata yang mendekati titik minimum, diantaranya ukuran perusahaan 0,3179 mendekati 0,01, *leverage* 0,9911 mendekati 0,10, likuiditas 2,6751 mendekati 0,58, dan profitabilitas 0,2165 mendekati 0,01. Satu variabel lainnya, yaitu pengungkapan CSR menunjukkan reratanya 0,4688 mendekati 0,16. Kondisi ini menunjukkan sampel perusahaan didominasi

perusahaan berskala menengah ke bawah, serta kemampuan *leverage*, likuiditas, dan profitabilitas yang tidak maksimal. Perusahaan sampel memiliki kecenderungan memaksimalkan pengungkapan CSRnya. Namun demikian, likuiditas dan *leverage*nya masih sangat beragam (bervariasi). Deskriptif variabel tersebut ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 1: Deskriptif Variabel

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
UkuranPerusahaan	102	0,01	0,85	0,3179	0,20765
<i>Leverage</i>	102	0,10	7,62	0,9911	1,43720
Likuiditas	102	0,58	13,87	2,6751	2,87394
Profitabilitas	102	0,01	2,34	0,2165	0,34202
Pengungkapan CSR	102	0,16	0,72	0,4688	0,10916
Valid N (listwise)	102				

Sumber: Data sekunder yang diolah

Hasil Uji Regresi Berganda

Kofisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian menunjukkan nilai R Square sebesar 0,400 (40%). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan CSR mampu dijelaskan oleh variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan likuiditas sebesar 40%, dan sisanya 60% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Koefisien determinasi tersebut ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 2: Nilai R Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,647 ^a	,400	,367	9,96305

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, UkuranPerusahaan, Leverage, Likuiditas

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Uji Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan likuiditas mampu secara bersama-sama mempengaruhi pengungkapan CSR. Dengan demikian, uji parsial atau uji hipotesis dapat dilanjutkan. Hasil uji simultan ditunjukkan pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 3: Nilai Hitung F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2406,137	4	601,534	6,060	,000 ^b
Residual	9628,451	97	99,262		
Total	12034,588	101			

a. Dependent Variable: Pengungkapan CSR

b. Predictors: (Constant), Profitabilitas, UkuranPerusahaan, Leverage, Likuiditas

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Uji Parameter Individual (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individual (parsial) dalam menerangkan variabel dependen yaitu pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, ditunjukkan signifikansinya sebesar $0,014 (1,4\%) < \alpha (5\%)$ (Hipotesis 1 diterima). Leverage berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, ditunjukkan signifikansinya sebesar $0,015 (1,5\%) < \alpha (5\%)$ (Hipotesis 2 diterima). Selain itu, likuiditas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, ditunjukkan signifikansinya sebesar $0,023 (2,3\%) < \alpha (5\%)$ (Hipotesis 3 diterima). Hasil uji parsial ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Tabel 4: Nilai Hitung t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	38,974	2,282		17,076	,000
1 UkuranPerusahaan	12,463	4,954	,237	2,516	,014
Leverage	1,773	,716	,233	2,477	,015
Likuiditas	,818	,355	,215	2,303	,023

a. Dependent Variable: Pengungkapan CSR

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Hasil Uji Regresi Moderasi dengan Pendekatan Nilai Selisih Mutlak Analisis Kofisien Determinasi

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diatas, nilai R^2 (*Adjusted R Square*) cukup tinggi sebesar 0,300 yang berarti variabilitas pengungkapan CSR yang dapat dijelaskan oleh variabel Z Profitabilitas, $absX_1-Z$ Ukuran perusahaan, $absX_2-Z$ leverage dan $absX_3-Z$ likuiditas sebesar 30%. Sisanya sebesar 70% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Adapun hasil uji tersebut ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Tabel 5: Nilai R Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,557 ^a	,327	,300	10,35312

a. Predictors: (Constant), AbsX3_Z, AbsX1_Z, AbsX2_Z

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Uji Simultan (Uji F)

Variabel ukuran perusahaan, *leverage*, dan likuiditas yang telah diabsolutkan (selisih dengan profitabilitas) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian, uji hipotesis moderating dapat dilanjutkan pada uji parsial (absolut). Adapun hasil uji simultan ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 6: Nilai Hitung F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1530,260	3	510,087	4,759	,004 ^b
	Residual	10504,328	98	107,187		
	Total	12034,588	101			

a. Dependent Variable: PengungkapanCSR

b. Predictors: (Constant), AbsX3_Z, AbsX1_Z, AbsX2_Z

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Uji Parameter Individual (Uji t)

Uji t ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individual (parsial) dalam menerangkan variabel dependen yaitu pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, namun tidak dimoderasi profitabilitas perusahaan. Kondisi tersebut ditunjukkan signifikansinya sebesar 0,561 (56,1%) > α (5%) (Hipotesis 3 ditolak). *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR dengan pemoderasi profitabilitas perusahaan, ditunjukkan signifikansinya sebesar 0,046 (4,6%) < α (5%) (Hipotesis 4 diterima). Selain itu, Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR dengan pemoderasi profitabilitas perusahaan, ditunjukkan signifikansinya sebesar 0,047 (4,7%) < α (5%) (Hipotesis 6 diterima). Hasil uji parsial ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Tabel 7: Nilai Hitung t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	44,337	1,595		27,806	,000
1 AbsX1_Z	-,754	1,293	-,062	-,583	,561
AbsX2_Z	1,988	,986	,220	2,017	,046
AbsX3_Z	1,931	,959	,225	2,013	,047

a. Dependent Variable: PengungkapanCSR
 Sumber: Data Sekunder yang diolah

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Artinya, perusahaan yang berukuran besar akan melakukan pengungkapan CSR karena perusahaan besar merupakan entitas atau emitmen yang diperhatikan oleh masyarakat luas maupun pemegang saham, selain itu perusahaan yang lebih besar memiliki tuntutan publik yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Artinya perusahaan yang berukuran besar akan melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas.

Adanya pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR dapat dikarenakan adanya faktor tuntutan masyarakat kepada perusahaan yang lebih besar, selain itu perusahaan yang lebih besar memiliki sumber daya lebih untuk menghasilkan lebih banyak informasi dan memiliki sumber daya lebih untuk menghasilkan informasi. Perusahaan yang besar merupakan perusahaan yang diperhatikan oleh investor atau pemegang saham. Oleh karena itu, perusahaan yang besar memiliki tanggungjawab lebih untuk melaporkan tanggungjawab sosialnya kepada masyarakat luas dan pemegang saham.

Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan berkembang menjadi sangat besar dan menyebabkan masyarakat terkait di dalamnya. Dengan demikian, masyarakat akan memperhatikan perusahaan, maka dari itu perusahaan perlu meningkatkan akuntabilitas dan tanggungjawabnya tidak hanya kepada pemegang saham saja tapi kepada masyarakat secara luas. Pernyataan dari teori *stakeholder* mampu menjelaskan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka perlu melakukan pengungkapan CSR. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajar (2013) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Artinya perusahaan yang memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi kepada pinjaman luar dalam mendanai operasional perusahaannya akan melakukan pengungkapan CSR. Rasio *leverage* yang tinggi menyebabkan perusahaan memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas. Hasil analisis menunjukkan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Artinya, perusahaan yang memiliki *leverage* yang tinggi akan melakukan pengungkapan CSR.

Adanya pengaruh yang signifikan antara *leverage* dan pengungkapan CSR dikarenakan semakin tinggi tingkat *leverage* maka semakin besar pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditor. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahya (2010) yang menyatakan bahwa tingkat *leverage* perusahaan yang tinggi akan mendorong perusahaan melakukan pengungkapan sosialnya. Hal ini karena rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang.

Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditor. Oleh karena itu, perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk mengungkapkan tanggungjawab sosialnya. Penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2003) yang mengatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Artinya perusahaan yang memiliki kemampuan yang tinggi dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya akan mengungkapkan tanggungjawab sosialnya karena perlu melakukan pengungkapan yang lebih rinci. Hasil analisis menunjukkan likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Artinya tingginya rasio likuiditas yang dimiliki perusahaan akan membuat perusahaan melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas.

Adanya pengaruh yang signifikan antara likuiditas terhadap pengungkapan CSR dikarenakan adanya faktor untuk menaikkan citra perusahaan. Perusahaan yang memiliki likuiditas yang tinggi menandakan kemampuan yang besar untuk membayar kewajiban-kewajiban jangka pendeknya tepat waktu. Selain itu, perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi akan menciptakan *image* yang semakin kuat dan positif dimata para *stakeholdernya*.

Penelitian ini sejalan dengan teori *stakeholder* yang mengatakan bahwa *stakeholder* akan memperhatikan perusahaan dan berpihak kepada perusahaan yang melakukan tanggungjawab sosialnya. *Stakeholder* tentunya akan semakin berpihak dan memberikan dukungannya pada perusahaan-perusahaan yang memiliki *image* yang semakin baik dan kuat. Upaya-upaya yang dapat ditempuh perusahaan untuk

membentuk dan memperkuat *image*-nya adalah melalui pembuatan laporan-laporan tambahan. Salah satu upaya pengungkapan yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah melalui pembuatan *sustainability report* secara sukarela, sebagai aksi perusahaan untuk mendapatkan dukungan dari para *stakeholder*-nya.

Perusahaan yang dapat dengan segera memenuhi kewajiban keuangannya berarti menandakan memiliki kinerja keuangan yang baik. Kinerja keuangan yang baik sering diidentikkan dengan pelaksanaan pengungkapan informasi lebih lengkap yang dilakukan oleh perusahaan. Burton, dkk (2000) dalam (Almia dan Retrinasari, 2007) juga mengatakan tingkat likuiditas yang tinggi akan menunjukkan kuatnya kondisi keuangan perusahaan. Perusahaan yang mampu memenuhi kewajiban keuangannya tepat waktu, berarti perusahaan tersebut dalam keadaan likuid dan mempunyai aktiva lancar lebih besar daripada hutang lancar. Sehingga, perusahaan yang memiliki likuiditas yang tinggi akan cenderung untuk melakukan pengungkapan yang lebih, sebagai instrumennya untuk meyakinkan para *stakeholder*-nya. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ikhsan (2014) yang menemukan hasil positif antara hubungan likuiditas terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil analisis regresi moderasi dengan menggunakan pendekatan nilai selisih mutlak menunjukkan bahwa interaksi profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR bukan merupakan variabel moderasi dengan hasil tidak signifikan. Hal ini berarti bahwa hipotesis keempat yang mengatakan bahwa profitabilitas memoderasi ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* ditolak atau tidak terbukti.

Justifikasi yang mungkin dapat menjelaskan tidak adanya interaksi atau moderasi antara profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR dapat dilihat pada tabel statistik deskriptif atau data laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan perusahaan menunjukkan bahwa seluruh perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian ini merupakan perusahaan besar yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Hal tersebut mengindikasikan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi ukuran perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil analisis regresi moderasi dengan menggunakan pendekatan nilai selisih mutlak menunjukkan bahwa interaksi profitabilitas dan *leverag* terhadap pengungkapan CSR merupakan variabel moderasi dengan hasil signifikan. Hal ini berarti bahwa hipotesis kelima yang mengatakan bahwa profitabilitas memoderasi *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* diterima atau terbukti.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang kedua menjelaskan bahwa tingkat *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. *Leverage* adalah tingkat sejauh mana biaya yang digunakan dengan harapan pendapatan yang dihasilkan dari penggunaan dana tersebut menutupi biaya tetap dan biaya variabel. Artinya ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai operasional

perusahaan pada akhirnya akan menghasilkan profitabilitas dari operasi perusahaan. Sehingga, profitabilitas yang dimiliki perusahaan mampu menjadi pertimbangan dalam pengungkapan CSR.

Penelitian ini sejalan dengan teori relevansi nilai, sebagaimana dijelaskan bahwa rasio-rasio keuangan mampu menjelaskan kondisi keuangan dari suatu perusahaan. Relevansi nilai informasi akuntansi merupakan kemampuan informasi akuntansi untuk menjelaskan nilai perusahaan. Relevansi nilai dari rasio *leverage* mampu menjelaskan nilai dari suatu perusahaan. Informasi keuangan yang terdapat dalam rasio keuangan sangat relevan untuk dijadikan titik awal pengambilan keputusan. Termasuk keputusan untuk melakukan pengungkapan CSR perusahaan.

Profitabilitas dalam Memoderasi Likuiditas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil analisis regresi moderasi dengan menggunakan pendekatan nilai selisih mutlak menunjukkan bahwa interaksi profitabilitas dan likuiditas terhadap pengungkapan CSR merupakan variabel moderasi dengan hasil signifikan. Hal ini berarti bahwa hipotesis keenam yang mengatakan bahwa profitabilitas memoderasi likuiditas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* diterima atau terbukti.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang ketiga menjelaskan bahwa tingkat likuiditas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam melunasi hutang jangka pendeknya. Artinya perusahaan yang memiliki rasio likuiditas yang tinggi merupakan perusahaan yang mampu memenuhi kewajiban keuangannya tepat waktu, berarti perusahaan tersebut dalam keadaan likuid dan mempunyai aktiva lancar lebih besar daripada hutang lancar. Sehingga, perusahaan yang memiliki likuiditas yang tinggi akan cenderung untuk melakukan pengungkapan yang lebih, sebagai instrumennya untuk meyakinkan para *stakeholder*-nya. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi juga akan mempertimbangkan profitabilitasnya sebelum mengungkapkan CSR, pertimbangan profitabilitas merupakan hal yang dianggap perlu diperhatikan sebelum melakukan pengungkapan karena apabila perusahaan tidak memiliki profit yang tinggi, maka perusahaan lebih mengutamakan tuntutan untuk menghasilkan laba yang tinggi daripada mengeluarkan dana untuk tuntutan sosial. Sehingga dapat dikatakan bahwa profitabilitas perusahaan memperkuat hubungan likuiditas perusahaan dalam mengungkapkan CSR.

Penelitian ini sejalan dengan teori relevansi nilai, dimana suatu informasi dikatakan relevan apabila mampu mempengaruhi keputusan. Relevansi nilai merupakan pelaporan angka-angka akuntansi yang memiliki suatu prediksi berkaitan dengan nilai-nilai suatu ekuitas. Informasi yang terdapat dalam rasio keuangan mampu memberikan gambaran mengenai laba yang dimiliki perusahaan sehingga berguna dalam pengambilan keputusan termasuk keputusan untuk melakukan pengungkapan CSR. Nilai yang terdapat pada rasio likuiditas mampu memberikan gambaran mengenai nilai perusahaan dan laba yang dimiliki perusahaan sehingga mempengaruhi pengungkapan CSR.

PENUTUP

Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Perusahaan yang berukuran besar merupakan komitmen yang disoroti oleh masyarakat, sehingga perusahaan melaporkan tanggungjawab sosialnya kepada masyarakat luas dan pemegang saham. Interaksi antara profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sehingga profitabilitas bukan merupakan variabel moderasi.

Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Semakin tinggi tingkat *leverage* yang dimiliki perusahaan semakin besar pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan untuk menghilangkan keraguan terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditor. Interaksi antara profitabilitas dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sehingga profitabilitas merupakan variabel moderasi.

Tingkat likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Tingginya rasio likuiditas yang dimiliki perusahaan akan membuat perusahaan melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas untuk menaikkan citra perusahaan. Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi akan menciptakan *image* yang semakin kuat dan positif dimata para *stakeholder*. Interaksi antara profitabilitas dan likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sehingga profitabilitas merupakan variabel moderasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Almilia, L.S dan I, Retrinasari. 2007. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kelengkapan Pengungkapan Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEJ. *Prosiding*. Seminar Nasional Inovasi dalam Menghadapi Perubahan Lingkungan Bisnis, Jakarta.
- Anggraini, R. R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Prosiding*. Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang.
- Arthana, R. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Indek Bursa Saham. *Jurnal Mahasiswa*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, Malang.
- Badjuri, A. 2011. Faktor-Faktor Fundamental, Mekanisme *Coorporate Governance*, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam Indonesia. *Jurnal Dinamika Keuangan dan Perbankan*, 3(1): 38-54.
- Brigham, E.F. dan J. F. Houston. 2001. *Manajemen Keuangan*. Erlangga, Jakarta.
- Cahya, B. A. 2010. Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Tanggung jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). *Skripsi*. Universitas Diponegoro, Semarang.

- Cahyono, B. 2010. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Kepemilikan Asing Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa efek Indonesia). *Skripsi*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Chuzairi, A. 2013. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal.umrah.ac.id*: 1-15.
- Darwin, A. 2004. *Corporate Social Responsibility (CSR), Standards dan Reporting*. *Prosiding*. Seminar Nasional Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.
- Darwis, H. 2009. Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 13(3) September: 418-430.
- Devina, F., L. Suryanto dan Zulaikha. 2004. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta (BEJ). *Jurnal Maksi*, 4 Agustus: 161-177.
- Ebiringa, O.T., E. Yadirichukwu, dan E.E. Chigbu. 2013. Effect of Firm Size and Profitability on Corporate Social Disclosures: The Nigerian Oil and Gas Sector in Focus. *British Journal of Economics, Management and Trade*, 3(4): 563-574.
- Ghozali, I. 2007. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hery. 2011. Teori Akuntansi, Pelaporan keuangan dan Standar Akuntansi & Kerangka Kerja Konseptual FASB.
- Ikhsan, A. K. 2014. Pengaruh Ukuran perusahaan, *Leverage*, Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan. *Artikel Ilmiah Mahasiswa*, Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- Lidya. 2011. The Effect Characteristics Of Company Toward Corporate Social Responsibility Disclosures In Mining Company. *Jurnal Reformasi Ekonomi*, 4(1).
- Munif, A. Z. 2011. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Indeks Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia). *Tesis*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Pambudi, T. 2006. Perjalanan si Konsep Seksi. *Majalah SWA* 26 (XXI/19), 11 Januari: 44-45.
- Pebriana, K. U. S. dan I. M. Sukartha. 2011. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Umur perusahaan, Komposisi Dewan Direksi, dan Kepemilikan Institusional pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Bursa Efek Indonesia. *Artikel*. Fakultas Ekonomi Udayana Bali.
- Rahmawati. 2010. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Likuiditas, Kepemilikan Asing, Dan Umur Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Manajemen*, 21(3) Desember.
- Republik Indonesia, 2007. *Undang-Undang Nomor 25 Tentang Penanaman Modal*. Lembaran Negara RI No. 67. Menkumham RI, Jakarta.

- Republik Indonesia.2007. *Undang-Undang Nomor 40 Tentang Perseroan Terbatas. Lembaran Negara RI No. 106.* Menkumham RI, Jakarta.
- Riyanto, Bambang. 2001. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan.* BPFE, Yogyakarta.
- Sembiring, E. R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Prosiding. Seminar Nasional Akuntansi VIII, Solo.*
- Suhaenah. 2013. Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Jurusan Akuntansi, FE Gunadarma, Jakarta.*
- Wahidahwati. 2002. Pengaruh Kepemilikan Manajerial Dan Kepemilikan Institusional Pada Kebijakan Hutang Perusahaan: Sebuah Perspektif Theory Agency. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, 5(1) Januari: 1-16.*