

**ANALISA FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY PADA EMITEN SAHAM SYARIAH**

**Evan Hamzah Muchtar<sup>1)</sup> Herni Purwatiningsih<sup>2)</sup>**

<sup>1)2)</sup> Perbankan Syariah, STAI Asy-Syukriyyah Tangerang  
Jl. KH. Hasyim Ashari KM.3, Kota Tangerang 15141 Indonesia

<sup>1)</sup> HP. 087774368606, e-mail : evan.hamzah.m@gmail.com

<sup>2)</sup> HP. 0877705042540, e-mail : herni.doeta@gmail.com

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of the variables of Company Size, Leverage, Profitability, and Liquidity on the Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) in companies listed on the Indonesian Sharia Stock Index 2015-2018. This research uses quantitative research. Sources of data from this study were obtained from annual financial reports (Annual Report) and sustainability reports (Sustainability Report). The results of this study indicate that Company Size as measured by total assets (Size), and Liquidity as measured by Current Ratio (CR) affect CSR disclosure. Meanwhile, the profitability variable as measured by return on assets (ROA) and leverage (DER) has no effect on CSR disclosure. The results of this study imply that to increase the disclosure of CSR program, companies need to be supported to increase company size and increase liquidity.*

**Keywords:** Firm Size, Leverage, Profitability, Liquidity and CSR

**ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia Tahun 2015-2018. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sumber data dari penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan tahunan (Annual Report) dan laporan keberlanjutan (Sustainability Report). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan yang diukur dengan total asset (Size), dan Likuiditas yang diukur dengan Current Ratio (CR) mempengaruhi pengungkapan CSR. Sementara itu variable Profitabilitas yang diukur dengan return on asset (ROA) dan leverage (DER) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwasanya untuk meningkatkan mengungkapkan program CSR, maka perusahaan perlu didukung untuk meningkatkan ukuran perusahaan dan peningkatan likuiditas.*

**Kata Kunci:** Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Likuiditas dan CSR

## **PENDAHULUAN**

Peran Tanggung Jawab Perusahaan menjadi isu penting yang menjadi perhatian bagi masyarakat. Perusahaan memang akan dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap perekonomian, namun tidak lantas membuatnya mengabaikan hal-hal yang terkait dengan lingkungan sosialnya (Putra, 2015:89). Tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan atau *Corporate Social Responsibility* atau CSR dapat digunakan untuk menyelaraskan produk dan image perusahaan atau bisa digunakan sebagai strategi bisnis perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga dapat digunakan sebagai motivasi supaya meningkatkan kepercayaan publik terhadap pencapaian usaha perbaikan lingkungan disekitar perusahaan.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) digunakan sebagai salah satu indikator dalam penilaian kinerja sebuah perusahaan dengan dicantumkan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) didalam catatan laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan (Erna Setyowati,2017). Kesadaran pemangku kepentingan atau *stakeholders* akan pentingnya pembangunan berkelanjutan yang dilakukan oleh perusahaan mendorong perusahaan untuk mengungkapkan praktik-praktik atau kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan (Usada, 2017). *Corporate Social Responsibility* (CSR) mencakup pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua pemangku kepentingan atau *stakeholder* yang mana termasuk didalamnya adalah pelanggan atau *customer*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* dan bahkan kompetitor. *Global Compact Initiative* (2002) menyebut pemahaman ini dengan istilah 3P (*Profit, People, Planet*) merupakan tujuan bisnis yang tidak hanya mencari keuntungan (*profit*), namun juga mensejahterakan orang (*People*), dan menjamin keberlanjutan hidup (*planet*) (Aprilia dan Hariyanto, 2016).

Maka dengan hal itu, pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah diatur dalam Undang-Undang No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal Pasal 15 bagian b, Pasal 17, dan Pasal 34 yang mengatur setiap penanam modal diwajibkan untuk ikut serta dalam tanggung jawab sosial perusahaan. Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin menguat terutama setelah diberlakukannya UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) Pasal 1 Point 3 yang menyebutkan bahwa yang menjalankan usaha dibidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Implementasi akan tanggung jawab sosial tersebut diatur dalam pasal 74 UU NO. 40 Tahun 2007, dan pelaksanaannya harus dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan ( Pasal 66 Ayat 2). Menurut *The World Business Council For Sustainable Development* (WBCSD, 1998), pada konferensi pertama 1998 mendefinisikan CSR sebagai kelangsungan komitmen bisnis untuk berusaha secara beretika dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan kualitas hidup para pekerja, keluarga pekerja, masyarakat setempat, maupun masyarakat secara umum. WBCSD (2000) sekali lagi mengadakan dialog pemegang saham seluruh dunia untuk mengharmonisasikan definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan memasukan pembangunan yang berkelanjutan (Yusuf, 2017).

*Corporate Social Responsibility* (CSR) bukanlah merupakan perkara asing dalam Islam, Sudah mulai ada dan dipraktikkan sejak 14 abad silam. pembahasan tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat sering diebutkan dalam Al-Qur'an yang selalu menghubungkan antara kesuksesan berbisnis dan pertumbuhan ekonomi yang dipengaruhi oleh moral para pengusaha dalam menjalankan bisnis. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Alquran Surat Al-Isra ayat 35 yang artinya "*Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu*

menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (Bagimu) dan lebih baik akibatnya”. Perhatian Islam terhadap keuntungan bisnis tidak mengabaikan aspek-aspek moral dalam mencapai keuntungan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa dalam Islam terdapat hubungan yang sangat erat antara ekonomi dan moral, keduanya sesuatu yang tidak boleh dipisahkan.

Suatu perusahaan akan dapat bisa melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan baik apabila perusahaan mampu menerapkan kewajibannya secara seimbang antara kepentingan *stakeholder primer* dan *stakeholder sekunder*. Dimana *Stakeholder primer* merupakan kelompok yang mempengaruhi secara langsung kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuan utamanya yaitu memberikan barang dan jasa kepada masyarakat, sedangkan *Stakeholder sekunder* merupakan semua kelompok dalam masyarakat yang dapat dipengaruhi secara langsung atau tidak langsung karena dampak sekunder dari beroperasinya suatu perusahaan (Putra, 2015).

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh *Global Reporting Initiative* atau GRI (2008) trend pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Dunia dan juga di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan berdasarkan jumlah perusahaan yang membuat laporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang lebih di kenal dengan laporan keberlanjutan (*Sustainability Reporting*), yaitu dari sekitar 300 perusahaan pada tahun 1996 menjadi 3.100 pada tahun 2008. Selain itu, survey yang di lakukan juga menunjukkan bahwa pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut kebanyakan dilakukan sebagai pelaporan yang bersifat sukarela dan bukan bersifat wajib.

Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mengedepankan prinsip moral dan etis yaitu menggapai suatu hasil terbaik tanpa merugikan kelompok masyarakat (Setyowati, 2015). Pengungkapan CSR pada perusahaan lebih didominasi oleh perusahaan yang sudah terdaftar di pasar modal. Di Indoneia, pasar modal dikeola oleh BAPEPAM dengan nama Bursa Efek Indonesia (BEI). Di dalam Bursa Efek Indonesia mempunyai 3 Indeks Syariah yaitu Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI), Jakarta Islamic Index (JII), dan Jakarta Islamic Index 70. Ketiga Indeks ini menjadi acuan pergerakan harga saham-saham syariah. ISSI merupakan indeks saham yang mencerminkan keseluruhan saham yang terdapat di dalam BEI (Lestari, 2019). Saat ini indeks saham ISSI terdiri dari 399 saham syariah.

Penelitian terkait pengungkapan CSR sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti, misalnya dilakukan oleh Maiyarni (2014), Usada (2017) dan Putri (2017). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Maiyarni (2014) ditemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan LQ45 periode 2009 - 2012. Sedangkan Ukuran Perusahaan, *Likuiditas*, *Leverage*, berpengaruh negative signifikan terhadap pengungkapan pengungkapan CSR. Sementara itu dalam penelitian yang dilakukan oleh Usada (2017) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan program CSR pada perusahaan yang terlisting di BEI periode 2013 – 2015. Hasil yang sama ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017) dimana Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Basis Kepemilikan perusahaan berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap Tanggung Jawab Sosial (CSR).

Berdasarkan beberapa penelitian diatas, dapat terlihat bahwa adanya ketidakkonsistenan dari hasil penelitian yang menghubungkan variabel dependen dan variabel independen, sehingga penulis tertarik untuk meneliti kembali . Namun Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah penulis berfokus pada seluruh perusahaan yang terdaftar di dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada tahun 2015-2018. Olehkarenanya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara Ukuran Perusahaan (*Size*), *leverage* (DER), Profitabilitas (ROA) dan *Likuiditas* (CR) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang terdaftar dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada tahun 2015-2018.

## **KONSEP TEORITIS**

### ***Teori Stakeholder***

Teori *stakeholder* lebih menekankan kepada perusahaan supaya lebih `mengetahui bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk mencari keuntungan dan kepentingan sendiri. Namun, perusahaan harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. fenomena seperti ini terjadi karena adanya tuntutan dari masyarakat karena adanya dampak negatif *externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi (Putri, 2017).

Keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Setyowati, 2014). Hal pertama mengenai teori stakeholder yaitu bahwa *stakeholder* merupakan sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan mengenai suatu organisasi dan lingkungannya, memahami sifat saling mempengaruhi diantara keduanya yang kompleks dan dinamis. Berkaitan dengan teori stakeholder yang menyatakan bahwa *stakeholder* merupakan pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat di pengaruhi oleh aktivitas perusahaan (Susilo, 2016). Karena itu, tanggung jawab perusahaan yang awalnya hanya diukur dari indikator ekonomi (*Economics Focused*) dalam laporan keuangan, namun kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial (*Social Dimentions*) terhadap *stakeholder*, baik internal maupun eksternal.

Salah satu strategi untuk menjaga hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder* adalah dengan melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR), yang dimana diharapkan dapat mengakomodasi keinginan dari *stakeholder* sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Hubungan yang terjalin secara harmonis akan berakibat pada perusahaan supaya mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaanya (*Sustainability*) (Irmawati, 2014).

### ***Teori Legitimasi***

Dalam pengertian secara mendasar legitimasi merupakan hubungan sosial tertentu yang di kukuhkan sebagai hal yang benar dan tepat secara moral. Legitimasi adalah kondisi atau status yang terjadi ketika sistem nilai suatu entitas adalah sama dan sebangun dengan masyarakat. Konsep legitimasi berhubungan dengan bagaimana peran legitimasi dalam kehidupan sosial, khususnya pada terbentuk dan bertahannya wewenang. Teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa perusahaan mereka telah beroperasi sesuai dengan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada

dan menjalankan operasionalnya. Dimana mereka berusaha untuk memastikan bahwa aktifitas perusahaan diterima oleh pihan luar sebagai suatu yang “Sah” (Setyowati, 2015).

Teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Dimana yang melandasi teori legitimasi adalah “Kontrak Sosial” yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan telah beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi yang ada. Legitimasi menjadi hal yang dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan kedepannya. Legitimasi mengalami pergeseran sejalan dengan perubahan dan perkembangan lingkungan yang terjadi dan masyarakat dimana perusahaan berada. Teori legitimasi sama seperti teori lain yaitu Teori *Political Economic* dan Teori *Stakeholder* yang di pandang sebagai teori orientasi system. Perbedaan antara nilai-nilai perusahaan dengan dengan nilai-nilai sosial masyarakat sering disebut “*Legitimacy Gap*” dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatan usahanya (Irmawati, 2014).

Teori legitimasi adalah legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya yang potensial bagi perusahaan untuk mempertahankan hidup (*going concern*) (Putri, 2017). Hal itu dapat dijadikan sebagai sarana untuk mengontruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju.

### ***Teori Agency***

Teori agensi muncul untuk mengatasi konflik agensi yang terjadi dalam hubungan keagenan, dalam memenuhi kepentingan stakeholder pihak manajemen melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai upaya untuk memnuhi tuntutan publik. *Agency teory* adalah sebagai agen dari suatu prinsipal yang mewakili seluruh kelompok yang berkepentingan dengan perusahaan. Para manajer diberi kekuasaan oleh para pemegang saham untuk membuat keputusan, dimana hal ini menciptakan potensi konflik kepentingan yang di kenal dengan teori keagenan (*Agency Teory*). Berdasarkan teori agensi yang ada manajer berusaha memenuhi kepentingan *Stakeholder* dengan cara mengungkapkan pertanggung jawaban sosial perusahaanya. para *stkeholder* akan merasa puas apabila perusahaan yang mereka investasikan di dalamnya mengungkapkan pertanggung jawaban sosial yang akan meningkatkan kepercayaan masyarakat (Irmawati, 2014).

Dalam teori ini dijelaskan bahwa hubungan keagenan antara kedua belah pihak dimana satu atau lebih orang (*Principal*) memperkerjakan orang lain (*Agent*) untuk melaksanakan jasa atas nama mereka yang melibatkan pendelegasian wewenang pembuatan keputusan kepada agen (Susilo, 2016). Adanya perbedaan kepentingan antara kedua pihak dapat menimbulkan konflik keagenan. konflik ini terjadi karena kemungkinan agent tidak bertindak sesuai dengan kepentingan *principal*. Sesuai dengan *agency theory* yang di kembangkan oleh Michael Jahnsn yang memandang bahwa manajemen perusahaan sebagai *agent* bagi para pemegang saham, akan bertindak dengan penuh kesadaran bagi kepentingannya sendiri, bukan sebagai pihak yang arif dan bijaksana serta adil terhadap pemegang saham (Susilo, 2016).

### ***Corporate Social Responsibility (CSR)***

*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan *basis teory* tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat dan lingkungan tempat beroperasi. *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja.

Menurut ISO 26000 *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak–dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada lingkungan dan masyarakat yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan keajahteraan masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan yang di akibatkan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang mempunyai kepentingan terhadap masyarakat secara keseluruhan. pengelolaan organisasi entitas bisnis yang biasanya didasarkan pada teori keagenan (*agency theory*) merupakan tanggung jawab perusahaan yang hanya berorientasi kepada pengelola (*agent*) dan pemilik (*principles*) mulai mengalami perubahan kepada pandangan manajemen modern yang di dasarkan pada teori *stakeholder*, ialah terdapatnya perluasan tanggung jawab perusahaan dengan dasar pemikiran bahwa pencapaian tujuan perusahaan sangat berhubungan erat dengan pola (setting) lingkungan sosial dimana perusahaan berada ( Susilo, 2016).

Menurut *The World Bussines Council for Sustainable Development (WBCSD)*, definisi CSR adalah komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan (Florentius Desty Dwi Nugraha, 2016). Sementara itu, menurut Undang-Undang (UU) mengenai Perseroan Terbatas (PT) No. 40 tahun 2007 Pasal 1 Ayat 3 menyebutkan “*Corporate Social Responsibility* atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”.

### ***CSR Dalam Pandangan Islam***

Tanggung Jawab Sosial (*corporate social responsibility*) dalam Islam bukanlah merupakan perkara asing. Tanggung Jawab Sosial sudah mulai ada dan di praktekkan sejak 14 abad yang silam (Muhammad Yasir Yusus, 2017). Pembahasan mengenai Tanggung Jawab Sosial sangat sering disebutkan dalam Al-Qur’an. Al-Qur’an selalu menghubungkan antara kesuksesan berbisnis dan pertumbuhan ekonomi yang dipengaruhi oleh moral para pengusaha dalam menjalankan bisnis. Sesuai dengan firman Allah surat Al-Isra’ ayat 35 yang artinya “Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (Bagimu) dan lebih baik akibatnya”.

Perhatian Islam terhadap keuntungan bisnis tidak mengabaikan aspek-aspek moral dalam mencapai keuntungan tersebut. Perhatian aspek moral dalam bisnis juga ditegaskan Rasulullah. Rasulullah SAW telah bersabda dalam hadits yang diriwayatkan oleh Malik Ibn Anas, yaitu : “*seorang buruh/pekerja (lelaki atau perempuan) berhak paling sedikit*

*memperoleh makanan dan pakaian yang baik dengan ukuran yang layak dan tidak dibebani dengan pekerjaan yang di luar batas kemampuannya.” (HR. Malik, 795 : 980). Sementara itu, Ustman Ibn Affan telah menyatakan :“Janganlah kamu bebani buruh perempuan di luar kemampuan dalam usahanya mencari penghidupan, karena bila kamu melakukan hal itu kepadanya, ia mungkin akan melakukan perbuatan-perbuatan yang bertentangan dengan moral, dan jangan kamu bebani bawahanmu yang lelaki dengan tugas yang di luar batas kemampuannya, karena bila kamu melakukan itu terhadapnya, mungkin ia akan melakukan pencurian .” (Malik, 795 : 981).*

Allah swt mengeskan dalam firmanNya bahwa “ *Dan apabila ia berpaling (dari kamu), ia berjalan di bumi untuk mengadakan kerusakan padanya dan merusak tanam-tanaman dan binatang ternak. Dan Allah SWT tidak menyukai kebinasaan.” (Qs. Al-Baqarah : 205). Ayat ini menggambarkan secara nyata bagaimana Islam memberikan perhatian lebih untuk kelestarian alam sekitar. Segala usaha, baik bisnis atau bukan harus menjaga kelestarian alam sekitar selamanya. Berdasarkan beberapa kenyataan di atas menunjukan bahwa konsep tanggung jawab sosial dan konsep keadilan telah lama ada dalam Islam, seiring dengan kehadiran Islam yang di bawa oleh Rasulullah SAW. Rasulullah melaksanakan tanggung jawab sosial dan menciptakan keadilan berdasarkan petunjuk Al-Qur’an.*

### ***Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas dan Likuiditas***

Ukuran perusahaan adalah suatu skala berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis. Ukuran perusahaan atau sering disebut (*Size*) merupakan variabel yang banyak digunakan dalam menjelaskan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yang merupakan tekanan untuk melakukan pertanggung jawaban sosial. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak dari pada perusahaan kecil. pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan. (Rokhman, 2016).

Ukuran perusahaan dikatakan besar apabila perusahaan mengalami perkembangan-perkembangan kearah yang lebih positif sehingga lebih menarik investor untuk berinvestasi. ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan kecil dan besar dengan memperhatikan total aktiva, nilai pasar saham, log size dan sebagainya. ukuran perusahaan besar dan kecil dapat diklasifikasikan dengan memperhatikan rata-rata total penjualan, rata-rata total aktiva, jumlah penjualan dan total aktiva. ukuran perusahaan, indikator perusahaan besar dilihat dari bagaimana pertumbuhan perusahaan ke arah yang positif, dimana perusahaan seperti ini akan lebih menarik di mata para investor. Perusahaan yang sudah stabil dan besar akan berusaha mempertahankan dan meningkatkan performa perusahaan dan meningkatkan kepercayaan terhadap pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan. Dari beberapa definisi ukuran perusahaan dan indikator pengukurannya, dapat disimpulkan bahwa total asset dapat digunakan sebagai indikator yang mengungkapkan apakah perusahaan tergolong besar atau tidak (Panjaitan, 2019).

Sementara itu leverage digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrem) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Karena itu sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa utang yang layak diambil dan

dari mana sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang (Fahmi, 2013). Perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi berusaha menyampaikan lebih banyak informasi sebagai instrument untuk mengurangi monitoring cost bagi investor. Mereka memberikan informasi yang lebih detail dalam laporan tahunan untuk memenuhi kebutuhan tersebut dibandingkan dengan perusahaan yang tingkat Leverage yang lebih rendah (Putri, 2017).

Bagi perusahaan pemakain rasio *Leverage* akan memberikan dampak manfaat yang bisa di petik, baik itu rasio rendahnya maupun rasio tinggi. Ada beberapa perhitungan pada rasio leverage yaitu *pertama* rasio hutang terhadap ekuitas, merupakan perbandingan antara hutang-hutang dan ekuitas dalam pandangan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri, perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibannya. *Kedua*, rasio hutang terhadap total aktiva yaitu perbandingan antara hutang lancar dan hutang jangka panjang dan jumlah seluruh aktiva diketahui. Rasio ini menunjukkan berapa bagian dari keseluruhan aktiva yang di biayai oleh hutang. *Ketiga* rasio hutang jangka Panjang terhadap ekuitas yaitu setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan untuk utang jangka panjang. *Keempat*, tangible asset debt coverage yaitu besarnya aktiva tetap *tangible* yang digunakan untuk menjamin utang jangka panjang setiap rupiahnya. Kelima, times interst earned ratio yaitu besarnya jaminan keuntungan untuk membayar bunga utang jangka panjang (Sujarweni, 2017).

Sementara itu profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba, tingkat profitabilitas yang semakin besar menunjukkan perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin besar, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial, serta mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas (Rosiana et al, 2013). Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan (Fahmi, 2013). Rasio profitabilitas bisa dilihat dari ROA (Return on Asset), dimana ROA adalah rasio laba sebelum pajak terhadap terhadap total aset. Semakin besar tingkat ROA maka itu berarti menunjukkan aktivitas keuangan yang membaik pula karena tingkat kembali (return) semakin besar. Apabila tingkat ROA besar, maka itu berarti tingkat profitabilitas perusahaan akan semakin meningkat, sehingga akan berdampak pada peningkatan profitabilitas yang dapat dibagikan kepada pemegang saham (Lestari, 2019).

Dari segi kesehatan perusahaan, bisa dilihat dari rasio likuiditas. Rasio likuiditas tinggi akan menimbulkan luas pengungkapan yang tinggi pula. Sebaliknya dari segi ukuran kinerja, pada perusahaan yang memiliki rasio likuiditas yang rendah, maka di perlukan pengungkapan yang lebih rinci yang dapat menjelaskan lemahnya kinerja perusahaan tersebut. Kemampuan perusahaan dalam menggunakan keseluruhan aktiva perusahaan di dalam menghasilkan volume penjualan digambarkan dengan rasio perputaran total aktiva. Digunakan rasio ini karena keefektivannya dalam menghasilkan penjualan dengan menggunakan aktivanya yang ditunjukan berdasarkan perhitungan perputaran total aktiva. Besarnya nilai perputaran total aktiva akan menunjukkan aktiva yang lebih cepat berputar untuk menghasilkan penjualan untuk mendapatkan laba. volume penjualan dapat diperbesar dengan jumlah aset yang sama jika perputaran total aktiva diperbesar atau ditinggikan (Putri, 2019).

### ***Penelitian Terdahulu***

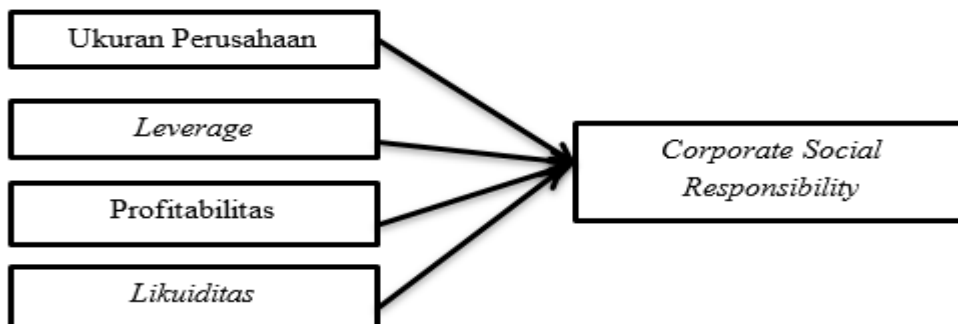


Beberapa studi pernah dilakukan untuk meneliti pengaruh dari Ukuran Perusahaan (Size), Leverage (DER), Profitabilitas (ROA) dan Likuiditas (CR) terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan hasil dari penelitian terdahulu pun beragam. Rindu Kurnia Putri (2017) melakukan penelitian pengungkapan CSR pada perusahaan yang terlisting di BEI pada periode 2012 – 2014 menemukan bahwa factor yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah ukuran perusahaan yang di proksikan dengan Total Asset (Size), profitabilitas di proksikan dengan (ROA), Leverage di proksikan dengan (DER), Likuiditas di proksikan dengan (CR), dan Basis Kepemilikan di proksikan dengan (Dummy).

Sementara itu Abbas dan Hakim (2018) melakukan penelitian pada perusahaan makanan dan minuman yang terlisting pada BEI pada periode 2014 – 2017 memperlihatkan bahwa profitabilitas perusahaan yang di proksikan dengan ROA, ukuran perusahaan dan leverage berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. Sementara itu, kepemilikan saham tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. Sementara Usada (2017) melakukan penelitian terhadap perusahaan manufaktur yang terlisting pada BEI untuk periode 2013 – 2015 memperlihatkan bahwa factor yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah ukuran perusahaan dan leverage. Sementara itu profitabilitas dan manajemen laba tidak berpengaruh.

Susilo (2016) melakukan penelitian pada perusahaan industry dasar yang terlisting pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada periode 2011 – 2014 memperlihatkan bahwa factor yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah ukuran perusahaan dan profitabilitas. Sementara itu leverage, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Adapun Dewan Komisaris Independent memiliki pengaruh yang negative terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan uraian diatas, berikut ini kerangka penelitian dan hipotesis penelitian yang dikembangkan :



Adapun hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini sebagai berikut :

*H1 = Ukuran Perusahaan memberikan pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR*

*H2 = Leverage memberikan pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR*

*H3 = Profitabilitas memberikan pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR*

*H4 = Likuiditas memberikan pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR*

## METODE PENELITIAN

### *Data*

Pada penelitian ini sumber data yang digunakan adalah berdasarkan data sekunder. Dimana data sekunder adalah data yang di peroleh atau di kumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua) (Siyoto and Sodik, 2015). Data sekunder yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip yang telah di publikasikan atau tidak. Data sekunder dalam penelitian ini adalah merupakan laporan tahunan masing-masing seluruh perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) serta perusahaan yang menjadi sampel mengeluarkan laporan Tanggung jawab Sosial (CSR) dalam bentuk *Sustainability Report* berdasarkan indikator GRI G-4. Data yang di peroleh dari website resmi Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)), peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan juga website lainnya yang terkait.

### *Metode Analisis*

Teknis analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi data panel. Data panel merupakan gabungan antara data runtut waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*) (Basuko dan Prawoto, 2016). Pada penelitian ini menggunakan regresi data panel karena data pada penelitian ini adalah gabungan antara data runtut waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*) untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengolahan dan analisis data dilakukan dengan menggunakan software eviews 8.

Pada penelitian ini, peneliti ingin menguji pengaruh Ukuran perusahaan, *Leverage*, profitabilitas dan *Likuiditas* (DER) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Maka peneliti membuat persamaan regresi data panel sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{SIZE}_{it} + \beta_2 \text{DER}_{it} + \beta_3 \text{ROA}_{it} + \beta_4 \text{CR}_{it} + \Sigma_{it} \dots \dots \dots (1)$$

Dimana :

- Y = Corporate Social Resonsibility
- $\alpha$  = Konstanta
- $\beta_1$  = Koefisien Regresi SIZE
- $\beta_2$  = Koefisien Regresi DER
- $\beta_3$  = Koefisien Regresi ROA
- $\beta_4$  = Koefisien Regresi CR
- $\Sigma$  = Komponen Error
- i = Perusahaan
- t = Waktu

Secara umum terdapat tiga pendekatan yang digunakan dalam menduga model dari data panel yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskriptif Statistik

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan sebuah gambaran atau deskripsi mengenai suatu data yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (mean), nilai tertinggi (maximum), nilai terendah (minimum), standar deviasi dari masing-masing variabel, kurtosis dan skewness (standar kemiringan). Dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu Ukuran Perusahaan (Size), Leverage (DER), Profitabilitas (ROA) dan Likuiditas (CR) serta variabel terikat yaitu Corporate Social Responsibility (CSR). Pengolahan analisis statistik dalam pengolahan ini menggunakan EViews 8. Terdapat 19 sampel yang digunakan dalam pengamatan, sehingga menunjukkan data dari hasil statistik deskriptif sebagai berikut.

**Tabel 1. Deskripsif Statistik**

	CSR	SIZE	DER	ROA	CR
Mean	0.342592	1.279855	1.200263	0.075763	1.779763
Median	0.297000	1.258000	0.872000	0.061000	1.452500
Maximum	0.846000	1.500000	4.803000	0.467000	5.209000
Minimum	0.077000	1.038000	0.101000	-0.057000	0.123000
Std. Dev.	0.179856	0.143627	1.016914	0.091372	1.243030
Skewness	1.295433	-0.016523	1.315844	2.452707	1.136288
Kurtosis	4.222491	1.732226	4.485034	9.611637	3.575099
Jarque-Bera Probability	25.98906 0.000002	5.093084 0.078352	28.91516 0.000001	214.6266 0.000000	17.40192 0.000166
Sum	26.03700	97.26900	91.22000	5.758000	135.2620
Sum Sq. Dev.	2.426110	1.547159	77.55854	0.626162	115.8842
Observations	76	76	76	76	76

Sumber : Hasil Penelitian, 2020.

Berdasarkan dari tabel 1 dapat diketahui hasil uji statistik deskriptif bahwa terdapat 76 pengamatan (*observations*) yang terdiri dari 19 sampel dikalikan dengan periode penelitian selama empat tahun yaitu dari tahun 2015 sampai 2018. Variabel independen terdiri dari Ukuran Perusahaan (*Size*), *Leverage* (DER), Profitabilitas (ROA) dan *Likuiditas* (CR), sedangkan variabel dependen terdiri *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berikut merupakan interpretasi dari hasil analisis deskriptif :

1. Variabel Ukuran Perusahaan (*Size*) yang diukur dengan total asset memiliki nilai berkisar antara 1.038 atau 103% sampai 1.500 atau 150%. Perusahaan yang memiliki *Size* terendah pada perusahaan PT XL Axiata Tbk. Sedangkan *Size* tertinggi pada perusahaan PT PP (Persero) Tbk. Sementara nilai rata-rata *Size* sebesar 1.275 atau sekitar 128%. Ukuran perusahaan yang besar dengan jumlah aset (kekayaan) yang tinggi akan mengungkapkan tanggung jawab sosial (CSR) lebih luas untuk mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perilaku yang tidak pantas diterima perusahaan
2. Variabel *Leverage* (DER) memiliki nilai berkisar antara 0.101 atau sampai 4.803. Perusahaan yang memiliki leverage terendah pada perusahaan PT AKR Corporindo Tbk. Sedangkan perusahaan yang memiliki leverage tertinggi pada PT Garuda Indonesia (Persero). Nilai rata-rata leverage sebesar 1.200. Tambahan informasi seperti informasi

sosial diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio leverage yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan leverage yang rendah.

3. Variabel Profitabilitas (ROA) memiliki nilai berkisar antara -0.057 sampai 0.467. Perusahaan yang memiliki nilai terendah adalah PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Sedangkan Perusahaan yang memiliki Profitabilitas tertinggi adalah PT Unilever Indonesia Tbk. Nilai rata-rata profitabilitas sebesar 0.075, sekitar 75% perusahaan yang terdaftar di ISSI mampu menghasilkan laba atas pengelolaan asset yang dimiliki. Perusahaan yang tingkat profitabilitas tinggi cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak informasi tanggung jawab sosial perusahaan tersebut, karena perusahaan yang memiliki kemampuan menghasilkan laba yang tinggi, biasanya juga memiliki banyak dana, termasuk untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, agar bisa mengurangi tekanan sosial dan pandangan negatif dari pasar.
4. Variabel *Likuiditas* (CR) memiliki nilai berkisar antara 0.123 atau 12% sampai 5.209. Perusahaan yang memiliki nilai terendah adalah PT Wijaya Karya Tbk. Sedangkan perusahaan yang memiliki nilai tertinggi adalah PT PP London Sumatra Indeoesia Tbk. Nilai rata-rata likuiditas sebesar 1.77. Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas tinggi merupakan gambaran keberhasilan perusahaan dalam membayar kewajibankewajiban jangka pendeknya tepat waktu. Salah satu bentuk apresiasi yang akan ditunjukkan perusahaan untuk menambah kepercayaan dan image positif yang telah ada adalah dengan mempublikasikan informasi tambahan yang merepresentatifkan kegiatan perusahaan yang peduli terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan.
5. Variabel *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) memiliki nilai berkisar antara 0.077 sampai 0.846. Perusahaan yang memiliki nilai terendah adalah Indo Tambang Megah Tbk. Tbk. Sedangkan perusahaan yang memiliki nilai tertinggi adalah PT Aneka Tambang Tbk. Sementara nilai rata-rata CSR sebesar 0.342.

***Uji Commond Effect Model***

Hasil uji Commond Effect Model disajikan pada table 2. Dari keempat variable bebas yang dilakukan uji coba terlihat bahwa keempat variable bebas tersebut memberikan pengaruh yang positif akan tetapi pengaruhnya tidak signifikan dimana nilai probabilitas yang dihasilkan dalam penelitian ini diatas 0.05. Adapun nilai R-Square yang dihasilkan adalah sebesar 0.059487, dengan nilai mean sebesar 0.342592 dan standar deviasi sebesar 0.179856.

**Tabel 2. Commond Effect Model**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
----------	-------------	------------	-------------	-------

C	0.619480	0.198486	3.121028	0.0026
SIZE	-0.173970	0.171530	-1.014227	0.3139
DER	-0.035279	0.024313	-1.451062	0.1512
ROA	-0.124709	0.237101	-0.525976	0.6005
CR	-0.001370	0.022730	-0.060276	0.9521
R-squared	0.059487	Mean dependent var		0.342592
Adjusted R-squared	0.006500	S.D. dependent var		0.179856
S.E. of regression	0.179270	Akaike info criterion		-0.536318
Sum squared resid	2.281789	Schwarz criterion		-0.382980
Log likelihood	25.38007	Hannan-Quinn criter.		-0.475036
F-statistic	1.122676	Durbin-Watson stat		1.207301
Prob(F-statistic)	0.352746			

Sumber : Hasil Penelitian, 2020

### *Uji Fixed Effect Model*

Hasil pengujian Fixed Effect Model bisa dilihat pada table 3 dibawah ini :

**Table 3. Fixed Effect Model**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.135811	0.895100	3.503307	0.0009
SIZE	2.110381	0.699838	3.015528	0.0039
DER	0.012506	0.042618	0.293452	0.7703
ROA	1.002954	0.555204	1.806461	0.0765
CR	0.086086	0.031864	2.701629	0.0092

### Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.651651	Mean dependent var		0.342592
Adjusted R-squared	0.507053	S.D. dependent var		0.179856
S.E. of regression	0.126277	Akaike info criterion		-1.055853
Sum squared resid	0.845134	Schwarz criterion		-0.350500
Log likelihood	63.12242	Hannan-Quinn criter.		-0.773960
F-statistic	4.506641	Durbin-Watson stat		2.590188
Prob(F-statistic)	0.000004			

Sumber : Hasil Penelitian, 2020.

Dari hasil pengujian dengan menggunakan Fixed Effect Model terlihat bahwasanya terdapat tiga variable bebas yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu ukuran perusahaan (SIZE) dan likuiditas (CR). Sedangkan variable profitabilitas (ROA) dan leverage (DER) memberikan pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan.

**Uji Random Effect Model**

Uji yang ketiga yaitu Random Effect Model dan hasilnya bisa dilihat pada table 4 berikut ini :

**Tabel 4. Random Effect Model**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.761693	0.297009	2.564544	0.0124
SIZE	-0.255151	0.240891	1.059200	0.2931
DER	-0.042117	0.028894	1.457666	0.1493
ROA	0.063838	0.315763	0.202172	0.8404
CR	-0.026312	0.024024	1.095231	0.2771
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			0.130312	0.5157
Idiosyncratic random			0.126277	0.4843
Weighted Statistics				
R-squared	0.054002	Mean dependent var		0.149382
Adjusted R-squared	0.000706	S.D. dependent var		0.134630
S.E. of regression	0.134583	Sum squared resid		1.285988
F-statistic	1.013249	Durbin-Watson stat		1.914759
Prob(F-statistic)	0.406492			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.011489	Mean dependent var		0.342592
Sum squared resid	2.398236	Durbin-Watson stat		1.134256

Sumber : Hasil Penelitian, 2020.

Berdasarkan table diatas terlihat bahwasanya pengujian dengan Random Effect Model menghasilkan temuan bahwa keempat variable bebas tidak memberikan pengaruh terhadap variable independent. Namun demikian, untuk mengetahui dari ketiga model tersebut mana yang lebih baik, maka perlu dilakukan uji Chow dan uji Hausman.

**Uji Chow**

Uji chow merupakan uji yang digunakan untuk membandingkan model yang terbaik antara *Common Effect Model* dan *Fixed Effect Model*. Hipotesis yang digunakan yaitu:

$H_0$  : Common Effect Model

$H_a$  : Fixed Effect Model

Jika P-Value <  $\alpha$  (taraf signifikansi/alpha), maka hipotesis awal ( $H_0$ ) ditolak, sehingga model yang terpilih adalah *Fixed Effect Model*. Dan sebaliknya. Nilai  $\alpha$  yang digunakan adalah sebesar 0,05 atau 5%. Berikut ini adalah hasil uji Chow :

**Tabel 5. Uji Chow**

Effect Test	Statistic	df	Prob.
Cross-section F	5.005300	(18,53)	0.0000
Cross-section Chi-square	75.484695	18	0.0000

Sumber : Hasil Penelitian, 2020

Berdasarkan tabel 5 hasil uji chow di peroleh nilai probabilitas 0.0000 yang ditunjukkan dengan F Test dan Chi-square. Nilai tersebut kurang dari nilai  $\alpha$  yaitu 0.05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil dari uji chow menunjukkan bahwa *Fixed Effect Model* yang sesuai, karena *Fixed Effect Model* yang didapat maka selanjutnya membandingkan *Fixed Effect Model* dengan *Random Effect Model* yang dilakukan dengan uji hausman.

### **Uji Hausman**

Setelah melakukan uji chow dan hasil yang didapat dengan model terbaik adalah *Fixed Effect Model*. Selanjutnya melakukan uji hausman yang bertujuan untuk membandingkan model terbaik antara *Fixed Effect Model* dengan *Random Effect Model*. Hipotesis yang digunakan yaitu:  $H_0$  : *Random Effect Model*  $H_a$  : *Fixed Effect Model* Jika P-Value <  $\alpha$  (taraf signifikansi/alpha), maka hipotesis awal ( $H_0$ ) ditolak, sehingga model yang terpilih adalah *Fixed Effect Model*, begitu juga sebaliknya. Berikut ini hasil uji Hausman :

**Tabel 6. Uji Hausman**

Effect Test	Statistic	df	Prob.
Cross-section Random	13.646781	4	0.0085

Sumber : Hasil Penelitian, 2020

Dari hasil pengujian hausman, diketahui bahwa nilai probability sebesar 0.0085 kurang dari nilai  $\alpha$  yaitu 0.05, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  di terima. Hal tersebut berarti bahwa *Fixed Effect Model* lebih sesuai digunakan dalam analisis data panel dibandingkan *Random Effect Model*.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa factor yang mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan Syariah yang terlisting pada ISSI adalah ukuran perusahaan (SIZE), dan likuiditas (CR). Sedangkan variable profitabilitas (ROA) dan leverage (DER) memberikan pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Muchtar *et al.* (2019), Putri (2017), Abbas *et al.* (2018), Usada (2017) dan Susilo (2016). Dari beberapa variable yang dilibatkan dalam penelitian, variable ukuran perusahaan menjadi variable yang selalu memberikan dampak yang positif terhadap pengungkapan CSR baik untuk perusahaan berbasis Syariah maupun perusahaan berbasis non-syariah. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar perusahaan, maka peluang untuk pengungkapan CSR juga semakin besar.

## **KESIMPULAN**

CSR merupakan tanggungjawab perusahaan didalam menjalankan operasional perusahaan, sehingga bisa memberikan dampak yang signifikan terhadap sosial, ekonomi dan pembangunan berkelanjutan. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa perusahaan yang terdaftar pada ISSI, pengungkapan CSR di pengaruhi oleh ukuran perusahaan (*Size*) yang diproksikan dengan total asset, dan Likuiditas yang diproksikan dengan *current ratio* (CR). Sementara Profitabilitas yang diproksikan dengan *return on asset* (ROA) dan *Leverage* yang diproksikan dengan *Debt To Equity Ratio* (DER) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Olehkarenanya penelitian ini memberikan rekomendasi agar pemerintah memberikan kebijakan yang mengarahkan perusahaan bertumbuh dengan besar sehingga praktek pengungkapan CSR bisa dengan maksimal dilakukan oleh perusahaan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abbas, D.S., Hakim, M.Z. and Istianah, Nur., (2018). “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility”(Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017).
- Apriliawati, F dan Hariyanto,W. (2016). Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebelum Dan Sesudah Diberlakukannya UU No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas”, *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC*, Universitas Bakrie, Jakarta. 2-3 Mei 2016.
- Basuki, A.T. dan Prawoto, N.(2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*, Edisi Pertama Cetakan Pertama. Jakarta : Rajawali Pers
- Fahmi, I. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung.
- Irmawati, D. (2012). Pengaruh Size, Leverage, Profitabilitas Dan Kepemilikan Manajemen Terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Studi Kasus Perusahaan-Perusahaan Dalam Jakarta Islamic Index 2009-2010”.
- Lestari, (2019). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Moderasi Tahun 2018 (Studi Kasus Pada Perusahaan ISSI ). Tesis
- Muchtar, E. H., Nuruddin, A., & Siregar, S. (2019). Peningkatan Nilai Perusahaan Melalui Tata Kelola Perusahaan dan Profitabilitas Pada Konstituen Indeks Saham Syariah Indonesia. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 181-200.
- Nugraha, F.D.D. (2016). Hubungan CSR dan Harga Saham Perusahaan (Studi Kasus Empiris Perusahaan Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesi Tahun 2012-2014)Panjaitan, D.K. and Muslih, M.(2019). Manajemen Laba: Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial dan Kompensasi Bonus, *JURNAL ASET (AKUNTANSI RISET)*, 11 (1).
- Putra, A.S. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013), *Jurnal Nominal / Volume IV Nomor 2*.



- Putri, R.K. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Dan Basis Kepemilikan Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2012-2014, *JOM Fekon* Vol. 4 No. 1.
- Putri, W.A.P. (2019). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Firm Size, Likuiditas Dan Perputaran Total Aktiva Terhadap Manajemen Laba Rii” (Studi Empiris Pada Klasifikasi Perusahaan pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2014-2017).
- Rosiana, G.A.M.E., Maria, D.J. dan Sari, R. (2013). Pangaruh pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi, E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana.
- Rokhman, M.T.N. (2017). PENGARUH SIZE, PROFITABILITAS, DAN LIKUIDITAS TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY(CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ-45 yang Terdaftar Di BEI), *Jurnal Ilmiah-Vidya* Vol. 25 No.2
- Susilo, D. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Good Corporate Governance Terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Industri Dan Kimia Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia Periode 2011-2014.
- Setyowati, E. (2014). Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Di BEI Tahun 2011-2013. Universitas Dian Nuswantoro Semarang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
- Siyoto, S. and Sodik, M.A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media Publishing.
- Sujarweni, V.W. (2017). *Analisi Laporan Keuangan*. Yogyakarta.
- Usada, W. (2017). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015)
- Yusuf, M.Yasir. (2017). Islamic Corporate Responsibility (I-CSR) pada Lembaga Keuangan Syariah: Teori Dan Praktek.
- \_\_\_\_\_, <https://www.ncsr-id.org/id/asia-sr-rating/tentang-asia-sr-rating>
- \_\_\_\_\_, [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org).
- \_\_\_\_\_, [www.idx.co.id/indeks-saham-syariah](http://www.idx.co.id/indeks-saham-syariah)
- \_\_\_\_\_, <https://www.ncsr-id.org/id/asia-sr-rating/tentang-asia-sr-rating>