

Jurnal Riset Akuntansi dan Perbankan
Volume 15 Nomor 1, Februari 2021 Hal 388-403
ISSN 2088-5008
E-ISSN 2722-4104

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

**(Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia
Periode 2015-2018)**

¹Umi Khanifah, ²Zuliyati, ³Nita Andriyani Budiman

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
¹hanifahumi372@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of leverage, liquidity and company size on disclosure of corporate social responsibility. This study uses secondary data using reports from manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2015-2018 period. The sampling technique uses purposive sampling method so that a sample of 207 is obtained. The analysis technique used in this study uses moderat regression analysis. The results of the analysis of this study indicate that leverage and liquidity do not affect disclosure of corporate social responsibility. Company size has a positive effect on disclosure of corporate social responsibility. While institutional ownership is not able to strengthen or weaken the variables of leverage, liquidity and company size on disclosure of corporate social responsibility.

Keyword: *Corporate social responsibility disclosure, leverage, liquidity, size, institutional ownership*

PENDAHULUAN

Laporan keuangan dapat diartikan sebagai dokumen perkembangan dunia bisnis yang dapat menimbulkan persaingan yang semakin ketat antar perusahaan. Demi mampu bersaing di pasar bisnis perusahaan saling berlomba menciptakan produk yang beraneka ragam yang mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan para konsumen. Selain itu, untuk menjamin pertumbuhan dan perkembangan perusahaan harus menciptakan dan mempertahankan citra perusahaan yang baik di mata para konsumennya (Wartyna dan Apriwenni, 2018).

Kegiatan bisnis dalam suatu perusahaan mempunyai dampak terhadap lingkungan baik secara langsung maupun tidak langsung seperti limbah, polusi, keamanan maupun kesejahteraan karyawan. Sehingga perusahaan kini dituntut untuk mengubah orientasi tujuannya, yaitu bukan lagi tujuan dari segi ekonomi tetapi dari segi sosial dan lingkungan. Secara teoritis *corporate social responsibility* merupakan inti dari etika bisnis, karena setiap

perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham (*shareholders*) tetapi terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang tidak lepas pada bantuan dari berbagai pihak. Sehingga *corporate social responsibility* lebih menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas (*stakeholders*) daripada hanya sekedar kepentingan perusahaan itu sendiri (Putri dan Christiawan, 2014).

Direktur CGIO *National University of Singapore Business School Lawrance*, Loh menyatakan bahwa empat negara sampel yaitu Indonesia, Malaysia, Singapura dan Thailand memiliki tingkat pelaporan CSR yang tinggi. Berbagai perusahaan di empat Negara tersebut memberikan perhatiannya terhadap pentingnya pelaporan CSR. “Namun, jika dilihat dari kualitasnya, praktik CSR jauh lebih baik diimplementasikan perusahaan-perusahaan Singapura dan Thailand dibandingkan dengan Indonesia dan Malaysia” kata Loh di Gedung NUS, Singapura, Rabu (20/7). Negara Thailand memiliki kualitas implementasi CSR sebesar 56,8 dari total 100, Singapura memiliki 48,8, Indonesia memiliki nilai 48,4 dan Malaysia mendapatkan nilai 47,7 (www.cnnindonesia.com). Berdasarkan pernyataan tersebut perusahaan di Indonsia memiliki kualitas impelementasi tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan asal Thailand.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya ketidak konsitenan hasil sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut, penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kurniawan dkk (2018) namun ada penambahan variabel independen, yaitu ukuran perusahaan. Kedua, objek penelitian yang semula Kurniawan dkk (2018) melakukan penelitian pada perusahaan yang terdaftar dalam LQ45 objek diubah pada perusahaan manufaktur. Ketiga, periode penelitian yang semula Kurniawan dkk (2018) melakukan penelitian pada periode 2013-2016 diubah menjadi 2015-2018.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Leverage, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Kepeilikan Institusional sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018)”**.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

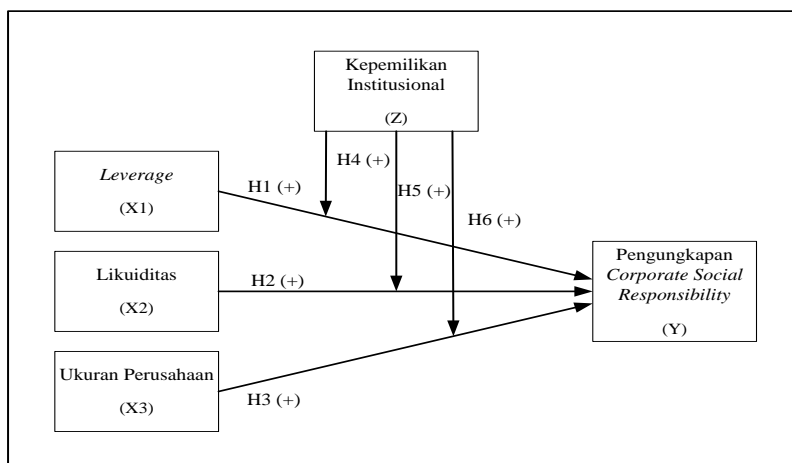
Teori Keagenan

Teori agensi adalah sebuah kontrak, dimana dalam melaksanakan sejumlah wewenang satu atau beberapa orang (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk mengambil keputusan. Teori agensi menganalisis dan mencari solusi atas dua permasalahan yang muncul dalam hubungan antara “*agent*” dan “*principal*” (Jansen dan Meckling, 1976). Teori agensi menjelaskan bahwa agen bertujuan untuk mengatasi masalah asimetri informasi dengan para pelaku dengan pemantauan yang lebih baik dan memberikan lebih banyak pengungkapan (Muttakin dan Khan, 2015).

Teori Sinyal

Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pihak eksternal. Kurangnya informasi bagi pihak luar mengenai perusahaan, menyebabkan pihak luar menjadi lebih melindungi diri dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Dengan mengurangi informasi asimetri perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan yaitu dengan memberikan sinyal pada pihak luar berupa informasi keuangan yang dimuat dalam laporan tahunan perusahaan (Mandagie dkk, 2018). Teori sinyal dimanfaatkan perusahaan untuk memberi informasi sebagai sinyal positif maupun negatif kepada para pemakai informasi tersebut (Ramadhan, 2019).

Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber: Kurniawan dkk (2018), Ratnasari dan Meita (2017) dimodifikasi untuk penelitian.

Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar rasio antara total kewajiban dengan total modal perusahaan. Semakin tinggi rasio *leverage* maka semakin tinggi pula kewajiban perusahaan untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditur jangka panjang. Menurut teori sinyal, dalam mengurangi asimetri informasi perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi diduga akan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* makin banyak yang dapat mengakibatkan menguatnya tekanan kreditur dan investor terhadap perusahaan.

Berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh Istifarah dan Subardjo (2017) menyatakan adanya pengaruh positif antara *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Semakin tinggi tingkat angka rasio likuiditas akan semakin baik bagi investor. Berdasarkan teori sinyal, perusahaan dengan likuiditas tinggi cenderung akan lebih banyak melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan dan sosial, sehingga dapat memberi sinyal kepada para pemakai informasi bahwa perusahaan-perusahaan mereka lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain.

Menurut Kurniawan dkk (2018) mengungkapkan bahwa tingkat likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan, semakin tinggi tingkat likuiditas maka alokasi dana pada kegiatan CSR juga akan lebih tinggi daripada perusahaan dengan tingkat likuiditas rendah, begitu juga dengan tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* pun akan meningkat.

Dengan demikian, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat memberikan pengaruh dalam pengambilan keputusan investasi. Perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan dengan

tingkat ukuran perusahaan yang tinggi maka semakin tinggi pula pengungkapan *corporate social responsibility*. Disamping itu, teori agensi yang menyatakan bahwa perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Pengungkapan yang lebih besar dari perusahaan-perusahaan besar banyak disoroti dikarenakan untuk mengurangi biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian Wartyna dan Apriwenni (2018) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Menurut Wahyuningsih dan Mahdar (2018) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Sehingga, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Moderasi

Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* lebih tinggi akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan yang memiliki rasio *leverage* rendah. Semakin banyak pengungkapan, maka semakin banyak pula informasi yang didapatkan oleh investor agar dapat memperoleh keyakinan atas hak mereka sebagai kreditur. Adanya kepemilikan institusional, perusahaan akan melakukan pengawasan terhadap kewajiban jangka panjangnya yang lebih optimal. Berdasarkan teori agensi yang menjelaskan bahwa dengan kepemilikan institusi yang tinggi perusahaan lebih jauh mengawasi kebijakan yang diambil oleh perusahaan, termasuk *leverage* di dalamnya.

Berdasarkan hasil penelitian Kurniawan dkk (2018) menyatakan bahwa kepemilikan institusional memperkuat pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian Ratnasari dan Meita (2017) mengemukakan bahwa kepemilikan institusional memperkuat pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Dari uraian diatas, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H4: Kepemilikan institusional memperkuat pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Moderasi

Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang tinggi akan lebih banyak melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*. Dengan adanya kepemilikan institusional, perusahaan akan lebih mengawasi terhadap kebijakan yang diambil perusahaan yaitu kewajiban jangka pendek. Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang memiliki kepemilikan institusional tinggi akan mampu meningkatkan tingkat likuiditas perusahaan, karena kemampuan dalam menjamin kewajiban jangka pendek akan terpenuhi. Semakin tinggi tingkat tingkat likuiditas maka pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan juga semakin meningkat. Hasil penelitian yang dilakukan Kurniawan dkk (2018) menyatakan bahwa kepemilikan institusional memperkuat pengaruh tingkat likuiditas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Dengan demikian, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H5: Kepemilikan institusional memperkuat pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Moderasi

Ukuran perusahaan menunjukkan seberapa besar dan kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan dengan tingkat ukuran perusahaan yang tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi. Dengan adanya kepemilikan institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal terhadap manajemen. Salah satu aktivitas perusahaan yang dimonitor oleh pemilik saham institusi adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Menurut teori agensi, perusahaan besar yang mempunyai biaya keagenan yang lebih tinggi akan mengungkapkan informasi yang lebih luas dengan tujuan untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Berdasarkan penelitian Bimaswara dkk (2018) ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian Wartyna dan Apriwenni (2018) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan pembahasan tersebut maka hipotesis pada penelitian ini adalah:

H6: Kepemilikan institusional memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder yang digunakan adalah data laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2018. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel *purposive* merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria yang dijadikan sampel adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mulai dari tahun 2015-2018 secara berturut-turut.
2. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan *annual report* berturut-turut dari tahun 2015-2018.
3. Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan *corporate social responsibility* berturut-turut dari tahun 2015-2018.
4. Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan dalam mata uang Rupiah.
5. Perusahaan manufaktur yang memiliki kepemilikan institusional berturut-turut dari tahun 2015-2018.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility adalah sebuah pendekatan yang mengintegrasikan kepedulian sosial dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Putri, 2017). Adapun rumus perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$CSRDI = \frac{\sum X_j}{N_j}$$

Keterangan:

- CSRDI : Indeks pengungkapan perusahaan j
 $\sum X_j$: Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j
 N_j : Jumlah item pengungkapan CSR $N_j \leq 91$

Leverage

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan (Dwiyandra, 2018). Dalam penelitian, tingkat *leverage* diukur dengan *debt to equity ratio* yaitu:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Modal}} \times 100\%$$

Likuiditas

Likuiditas adalah suatu kondisi yang menunjukkan perusahaan dalam mendanai operasional perusahaan dan melunasi utang jangka pendeknya secara tepat waktu. Adapun rumus yang digunakan dalam mengukur tingkat likuiditas sebagai berikut:

$$\text{Likuiditas} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya suatu perusahaan. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat ukuran perusahaan adalah total aset perusahaan (Wahyuningsih dan Mahdar, 2018). Adapun rumus yang digunakan dalam mengukur tingkat ukuran perusahaan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln} (\text{Total Aset})$$

Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham oleh pihak institusional lain seperti kepemilikan oleh lembaga atau perusahaan lain (Ngadi dan Ekadjaja, 2019). Pengukuran kepemilikan institusional diukur berdasarkan pada rumus sebagai berikut:

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham oleh pihak institusional}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan data-data yang telah dikumpulkan yang dilihat dari minimum, maksimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi (*standard deviation*) (Ghozali, 2016:19).

Tabel 1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y	207	,0110	,1319	,046889	,0267537
X1	207	,0190	2,9672	,825979	,6929662
X2	207	,1580	8,0889	2,427200	1,5858867
X3	207	24,3649	33,4737	28,390857	1,7590198
Z	207	,0010	,9903	,566765	,2892165
Valid N (listwise)	207				

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2020

2. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. hasil analisis perhitungannya dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 2 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji Normalitas	p: 0,080 > 0,05	Residual berdistribusi normal
Uji Multikolonieritas	Tolerance: 0,472; 0,488; 0,954 > 0,010 VIF : 2,118; 2,050; 1,048 < 10	Tidak ada multikolonieritas
Uji Heteroskedastisitas	p: 0,389; 0,476; 0,66 > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Uji Autokorelasi	= du < d < 4-d = 1,79326 < 2,024 < 2,20674	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Data sekunder yang sudah diolah, 2020

3. Uji *Moderated Regression Analysis*

Uji interaksi atau sering disebut dengan *moderated regression analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi linear berganda dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Ghozali, 2016).

Tabel 3 Hasil Uji Moderated Regression Analysis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-4,758	,795		-5,988	,000
X1	,065	,083	,102	,793	,428
X2	-,041	,109	-,049	-,373	,710
X3	,600	,028	,191	2,152	,033
X1Z	-,025	,072	-,074	-,340	,735
X2Z	-,051	,090	-,134	-,573	,567
X3Z	-,005	,021	-,313	-,238	,812
F- hitung = 4,631					
Sig. F = 0,000					
R ² = 0,140					

Sumber: Data sekunder yang sudah diolah,2020

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa persamaan regresi dari hasil uji *moderated regression analysis* adalah sebagai berikut:

$$Y = -4,758 + 0,065 X1 - 0,041 X2 + 0,060 X3 - 0,025 X1*Z - 0,051 X2*Z - 0,005 X3*Z + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Pengungkapan *corporate social responsibility*

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel *leverage*

β_2 = Koefisien regresi variabel likuiditas

β_3 = Koefisien regresi variabel ukuran perusahaan

X1 = *Leverage*

X2 = Likuiditas

X3 = Ukuran perusahaan

Z = Kepemilikan institusional

ε = *Error*

PEMBAHASAN

Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hipotesis pertama (H1) yang berbunyi bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan hasil pengujian statistik

menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel *leverage* sebesar 0,793 lebih kecil dari nilai t_{tabel} yaitu 1,972 dengan nilai signifikansi sebesar 0,428 lebih besar dari 0,05. Jika nilai signifikansi di atas 0,05 sehingga menunjukkan tidak signifikan antara variabel *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, maka H1 ditolak.

Berdasarkan hasil pengujian statistik deskriptif bahwa terdapat 71 data di atas nilai rata-rata dan 136 data di bawah nilai rata-rata *leverage*. Hal ini berarti tingkat pendanaan pada perusahaan manufaktur yang cukup tinggi akan sangat rentang dengan indikasi risiko gagal bayar sehingga perusahaan akan berupaya untuk memenuhi kewajibannya dibandingkan dengan mengungkapkan *corporate social responsibility*. Jadi, semakin tinggi tingkat kewajiban yang dimiliki perusahaan maka akan mengakibatkan rendahnya tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini sejalan dengan penelitian Maulana dan Yuyetta (2014) bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan penelitian Wahyuningsih dan Mahdar (2018) tidak sejalan dengan penelitian ini yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hipotesis kedua (H2) yaitu likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Diketahui bahwa hasil pengujian statistik dengan nilai t_{hitung} variabel likuiditas sebesar -0,373 lebih kecil dari t_{tabel} yaitu 1,972 dengan nilai signifikansi sebesar 0,710 lebih besar dari 0,05. Maka variabel likuiditas yang diukur dengan *current ratio* tidak dapat digunakan dalam memprediksi pengungkapan *corporate social responsibility*.

Hasil pengujian statistik deskriptif menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat likuiditas di atas rata-rata sebesar 83 data dan 124 data yang tingkat likuiditasnya di bawah rata-rata. Perusahaan dalam mengukur likuiditas menggunakan aset lancarnya dan menghasilkan nilai likuiditas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dalam keadaan baik. Namun dengan aset lancar yang tinggi menunjukkan bahwa adanya dana yang tidak digunakan secara maksimal untuk melaksanakan kewajiban dalam mengungkapkan *corporate social responsibility*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018. Akan tetapi, dalam penelitian ini tidak sejalan dengan teori sinyal dimana perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi akan lebih mengutamakan dalam membayar hutang perusahaan dibandingkan

dengan mengungkapkan *corporate social responsibility*. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Kurniawan dkk (2018) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan penelitian ini sejalan dengan penelitian Putri dan Christiawan (2014) menyatakan bahwa likuiditas tidak mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hipotesis ketiga (H3), ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan hasil pengujian statistik diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel ukuran perusahaan sebesar 2,152 lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu 1,972 dengan nilai signifikansi sebesar 0,033 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang artinya semakin tinggi tingkat ukuran perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan hasil pengujian statistik deskriptif yang menunjukkan bahwa terdapat 101 data yang memiliki nilai diatas rata-rata dan 106 data yang memiliki data dibawah rata-rata. Nilai rata-rata ukuran perusahaan adalah 28,390857 dan nilai maksimum 33,4737. Dengan demikian hasil tersebut menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan dapat mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan *corporate social responsibility*. Sehingga, ukuran perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Wahyuningsih dan Mahdar (2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Ramadhan (2019) dan Dwiyandra (2018) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Moderasi

Hipotesis keempat (H4) menjelaskan bahwa kepemilikan institusional memperkuat pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar -0,340 lebih kecil dari t_{tabel} 1,972 dengan nilai signifikansi sebesar 0,735 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepemilikan institusional tidak mampu memperkuat ataupun memperlemah pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan pengujian statistik deskriptif bahwa perusahaan dengan tingkat kepemilikan institusional di atas rata-rata sebesar 121 data dan 86 data di bawah rata-rata. Sedangkan tingkat *leverage* terdapat 71 data di atas nilai rata-rata dan 136 data di bawah rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat kepemilikan institusional yang tinggi tidak mendorong pengungkapan *corporate social responsibility*. Pihak institusi akan lebih mengawasi perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi dibandingkan dengan meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility*. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Ratnasari dan Meita (2017) bahwa kepemilikan institusional memperkuat pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan penelitian ini sejalan dengan penelitian Kurniawan dkk (2018) bahwa *leverage* tidak mampu mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Moderasi

Hipotesis kelima (H5), kepemilikan institusional memperkuat pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil pengujian statistik menyatakan bahwa nilai t_{hitung} sebesar -0,573 lebih kecil dari t_{tabel} 1,972 dan nilai signifikan sebesar 0,567 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepemilikan institusional tidak mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh likuiditas pada pengungkapan *corporate social responsibility*.

Hal ini menunjukkan bahwa hasil pengujian statistik deskriptif, perusahaan dengan tingkat kepemilikan institusional di atas rata-rata sebesar 121 data dan 86 di bawah rata-rata. Sedangkan tingkat likuiditas di atas rata-rata sebesar 83 data dan 124 data yang tingkat likuiditasnya di bawah rata-rata. Dengan demikian, perusahaan dengan tingkat kepemilikan institusional yang tinggi tidak mampu mendorong pengungkapan *corporate social responsibility*. Tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan bahwa adanya dana yang tidak digunakan secara maksimal sehingga pihak institusi akan lebih mengawasi tingkat likuiditas perusahaan dibandingkan dengan mengungkapkan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Kurniawan dkk (2018) bahwa kepemilikan institusional mampu memperkuat pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan penelitian ini sejalan dengan penelitian Wartyna dan Apriwenni (2018) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Moderasi

Hipotesis keenam (H6), kepemilikan institusional memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar -0,238 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 1,972 dan nilai signifikan sebesar 0,812 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepemilikan institusional tidak mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan hasil pengujian statistik deskriptif menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat kepemilikan institusional di atas rata-rata sebesar 121 data dan 86 data dibawah rata-rata. Sedangkan tingkat ukuran perusahaan di atas rata-rata sebesar 101 data dan 106 data dibawah rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional yang tinggi tidak mampu mendorong pengungkapan *corporate social responsibility*. Besar kecilnya tingkat ukuran perusahaan tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Ratnasari dan Meita (2017) bahwa kepemilikan institusional memperlemah pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan penelitian ini sejalan dengan penelitian Putri dan Astuti (2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

KESIMPULAN PENELITIAN

Dari hasil analisis data pengujian hipotesis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini bahwa variabel *leverage* dan likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan variabel ukuran perusahaan menunjukkan pengaruh positif pada pengungkapan *corporate social responsibility*. Serta variabel kepemilikan tidak mampu memoderasi variabel *leverage*, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

SARAN

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, karena keterbatasan dalam kemampuan dan pengalaman sehingga peneliti memberikan saran yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya:

1. Penelitian pada variabel moderasi menggunakan uji *moderate regression analysis* yang menunjukkan tidak mampu memoderasi pengaruh variabel *leverage*, likuiditas dan ukuran

2. perusahaan pada pengungkapan *corporate social responsibility*, maka untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan uji nilai selisih mutlak (Kurniawan dkk, 2018).
3. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan faktor lain yang belum digunakan pada penelitian ini seperti ukuran dewan komisaris dan kinerja lingkungan (Dwiandra, 2018). Semakin tinggi tingkat ukuran dewan komisaris akan dapat mempengaruhi luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Perusahaan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan akan melakukan pengungkapan informasi sebagai bentuk komunikasi dan pertanggungjawaban, semakin baik kinerja lingkungan maka semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility*.

DAFTAR PUSTAKA

- Bimaswara, Leny Suzan dan Dewa Putra Khrisna Mahardika.2018.Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Risiko Keuangan dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Pada Perusahaan Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2016).*e.Proceeding of Management*, Volume 5, No.2.
- Dwiandra, Fischa Permata.2018.Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, *Leverage* dan Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI 2014-2016).*JOM FEB*, Volume.1.
- Ghozali, Imam.2016.*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23, Cetakan Kedelapan*.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20160721074144-20-146030/riset-temukan-kualitas-csr-perusahaan-indonesia-rendah> (Diakses: 23 September 2019).
- Istifarah, Anisya dan Anang Subardjo.2017.Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.*Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Volume 6, No.6.
- Jensen, Michael C. dan William H. Meckling.1976.*The Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*.*Journal of Financial and Economics*, Volume 3: 305-360.
- Kurniawan, Ade, Dewi Saptantinah Puji Astuti dan Fadjar Harimurti.2018.Pengaruh *Leverage* dan Likuiditas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Moderasi.*Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*, Volume 14, No.1: 40-49.
- Mandagie, Yuana, Rafrini Amyulianthy, Shanti Lysandra dan Ari Pratiwi.2018.Analisis Rasio Keuangan dan Laporan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan *Go Public* di Indonesia.*Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan*, Volume 5, No.2, Hal 131-143 ISSN 2339-1545.

- Maulana, Fahry dan Etna Nur Afri Yuyetta.2014.Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Volume 3, No.2, Hal 1-14 ISSN (Online): 2337-3806.
- Munawir.2012.*Analisis Laporan Keuangan*.Yogyakarta:Liberty Yogyakarta.
- Muttakin, Mohammad Badrul dan Arif Khan.2015.*Firm Characteristics,Board Doversity and Corporate Social Responsibility: Evidence from sh, Pacific Accounting Review*, Volume 27, No. 3, Hal: 353-372.
- Ngadi, Daniel dan Agustin Ekadjaja.2019.Pengaruh Likuiditas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Institusional terhadap *Financial Distress*.*Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, Volume 1, No. 3, Hal: 599-609.
- Putri, Aning Kesuma dan Fitri Sri Astuti.2015.Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2012. *Jurnal Akunstie*, Volume 1, No. 2.
- Putri, Rafika Anggraini dan Yulias Jogi Christiawan.2014.Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi pada Perusahaan-Perusahaan yang mendapat Penghargaan ISRadan *Listed (Go-Public)* di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2010-2012).*Business Accounting Review*, Volume 2, No. 2.
- Ratnasari, Niki dan Iren Meita.2017.Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dengan Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Moderasi.*Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, Volume 2, 201-214.
- Ramadhan, Abid.2019.Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.*Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, Volume 8, No. 1.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie.2017.*Metode Penelitian untuk Bisnis Edisi 6 Buku 2*.Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie.2017.*Metode Penelitian untuk Bisnis Edisi 6 Buku 1*.Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyuningsih, Ana dan Nera Marinda Mahdar.2018.Pengaruh *Size*, *Leverage* dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.*Kalbisocio*, Volume 5, No. 1.
- Wartyna, Erva dan Prima Apriwenni.2018.Dampak Kinerja Lingkungan, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Publik, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.*Jurnal Akuntansi*, Volume 7, No. 3.