

**UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MEDAN-INDONESIA**

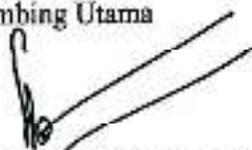
Dengan ini diterangkan bahwa Skripsi Sarjana Ekonomi Program Sastra Satu (S1) dari mahasiswa:

Nama : Natalia Romauli Simaga
NPM : 20510019
Program Studi : Akuntansi
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN
TANGGUNG JAWAB SOSIAL KORPORAT
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB
SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
PERIODE 2020-2022**

Telah diterima dan terdaftar pada Fakultas Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan. Dengan diterimanya Skripsi ini, maka telah dilengkapi syarat-syarat akademik untuk menepuh Ujian Skripsi guna menyelesaikan studi.

**Sarjana Ekonomi Program Studi Strata Satu (S1)
Program Studi Akuntansi**

Pembimbing Utama

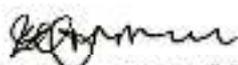


(Dr. Adanan Silaban, S.E., M.Si., Ak,CA)



(Dr. E. Hamonangan Siallagan, S.E., M.Si)

Pembimbing pendamping



(Dr. Jadongan Sijabat, S.E., M.Si)

Ketua Program Studi



(Dr. E. Munaf Berliana Lumban Gaol, S.E., M.Si., Ak,CA)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di Indonesia dari tahun ke tahun meningkat sangat pesat. Perusahaan saat ini menghadapi lingkungan bisnis yang sangat dinamis. Untuk dapat bertahan, suatu perusahaan harus melakukan berbagai upaya, salah satunya adalah memberikan kontribusi terhadap lingkungan dengan melakukan kegiatan yang dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi dunia usaha namun juga masyarakat dan lingkungan sekitar, karena keberadaannya tidak lepas dari peran masyarakat. Dampak positif perusahaan di masyarakat membawa banyak manfaat seperti pertumbuhan ekonomi dan berkurangnya pengangguran karena terciptanya lowongan pekerjaan. Namun perusahaan juga memberikan dampak negatif terhadap lingkungan masyarakat seperti pencemaran dan perusakan lingkungan.

Hal tersebut menjadi permasalahan bagi masyarakat akibat pencemaran lingkungan yang terjadi. Untuk itu sebaiknya perusahaan memperhatikan atau menjalin kerjasama yang baik dalam memikul tanggung jawab sosial terhadap masyarakat sekitar. Para pelaku bisnis perlu memahami bahwa dalam berbisnis, mereka tidak hanya memikirkan bagaimana cara mendapatkan keuntungan yang besar, namun juga memberikan kontribusi yang baik bagi lingkungan dan masyarakat. Dalam tanggung jawab sosial di masyarakat perusahaan mempunyai

peran yang dapat dilihat dari beberapa kebijakan tentang lingkungan sosial dan mendukung apa yang terjadi pada lingkungan perusahaan. Melalui kegiatan tanggung jawab sosial korporat yang sering disebut dengan *triple bottom line* yaitu profit, *people*, dan planet, para pelaku bisnis diharapkan dapat memperhatikan kondisi yang terjadi di masyarakat sekitar.

Permasalahan sosial dan lingkungan hidup merupakan isu yang sangat sensitif bagi masyarakat. Jika masyarakat menganggap perusahaan tidak memiliki kontribusi secara langsung terhadap masyarakat sekitar maka akan berdampak negatif bagi masyarakat. Permasalahan ini akan memicu ketidakpercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Untuk itu para pelaku kepentingan diharapkan lebih memperhatikan lingkungan hidup dengan memperhatikan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan hidup. Ini adalah kekuatan pendorong utama yang memotivasi perusahaan untuk melakukan kegiatan yang bertanggung jawab secara sosial.

Tanggung jawab sosial korporat merupakan sebuah komitmen berkelanjutan dalam dunia usaha yang berkontribusi dalam pengembangan ekonomi sosial untuk meningkatkan kualitas kehidupan lingkungan yang bermanfaat maupun masyarakat di sekitarnya, lalu memiliki keseimbangan dalam tanggung jawab sosial kepada pelanggan, karyawan, dan seluruh stakeholder serta tidak hanya berfokus pada sisi keuangan saja melainkan sisi lingkungan sekitar perusahaan. Semakin baik perusahaan dalam menerapkan tanggung jawab sosial maka akan berdampak pada citra perusahaan tersebut, sehingga menarik minat investor untuk bergabung dengan perusahaan. Ada 3 motif jika suatu perusahaan menerapkan tanggung

jawab sosial korporat yaitu yang pertama, meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Kedua, jika perusahaan menjalankan tanggung jawab sosialnya, maka tekanan dari pemerintah ataupun organisasi sosial akan berkurang. Alasan ketiga adalah pentingnya kesadaran moral dan tanpa mengharapkan keuntungan finansial, perusahaan harus secara sadar menanggapi kebutuhan lingkungan.

Masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu pemangku kepentingan perusahaan. Suatu usaha akan semakin berkembang apabila selalu memperhatikan kenyamanan lingkungan masyarakat, karena dukungan masyarakat sekitar sangat berkontribusi terhadap kelangsungan usaha tersebut. Oleh karena itu, perusahaan harus berkomitmen untuk selalu memberikan dampak positif atau yang bermanfaat bagi masyarakat. Terjadinya permasalahan di Indonesia perlu dikaji secara mendalam agar dapat dilakukan tindakan preventif dan dapat dilakukan perbaikan tanpa menimbulkan permasalahan dikemudian hari.

Di Indonesia fenomena kasus kerusakan lingkungan dan pencemaran lingkungan terjadi akibat kelalaian operasional perusahaan dan kurangnya tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan hidup. Seperti kasus pencemaran lingkungan yang dilakukan oleh PT. Siantar Top dengan melakukan pembuangan limbah industri ke lingkungan warga, selain melakukan pembuangan limbah, PT. Siantar Top juga kerap kali melakukan pembuangan asap yang tidak sesuai dengan prosedur sehingga menimbulkan polusi udara. Oleh karena itu sudah seharusnya muncul kesadaran dari perusahaan untuk mengurangi dampak negatif tersebut yaitu dengan melaksanakan program tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Penelitian mengenai tanggung jawab sosial korporat sebelumnya sudah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu dimana hasil dari penelitian tersebut ditemukan hasil yang berbeda-beda. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rijalus Sholihin & Harnovinsah (2019) menunjukkan bahwa hanya kepemilikan institusi, komite audit yang berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan dewan komisaris independen dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (tanggung jawab sosial).

Putri *et al.*, (2017) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa Profitabilitas, *Leverage*, Kinerja Lingkungan memiliki pengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Sedangkan Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Istifaroh (2017) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris, dan Kinerja Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate Social responsibility*). Febrilian & Jaeni (2021) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa Komite Audit dan *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Sedangkan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Dari sekian banyak hasil penelitian tersebut, terlihat hasil yang cukup beragam. Hasil penelitian yang beragam tersebut kemungkinan dipengaruhi oleh perbedaan lokasi penelitian, Variabel penelitian, Sampel penelitian dan juga periode

pengamatan yang berbeda-beda. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel independennya yaitu Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage*. *Return On Assets* (Profitabilitas) adalah rasio yang membagi antara laba bersih setelah pajak dengan rata-rata aset pada awal periode dan akhir periode. Semakin tinggi ROA sebuah perusahaan maka semakin baik pula kemampuan perusahaan dalam mengelola asetnya. *Debt To Equity Ratio (Leverage)* digunakan untuk mengukur perbandingan antara hutang-hutang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibannya. Ukuran perusahaan merupakan gambaran total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka tekanan yang diterima oleh perusahaan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas dari stakeholder. Perusahaan akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial lebih luas guna menjaga pengaruh terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menandakan perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan atau pertumbuhan yang baik sehingga akan mengupayakan kepercayaan para *stakeholder* dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas lagi.

Salah satu indikator penilaian dalam pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia adalah *Global Reporting Initiative (GRI)*. Dalam indeks GRI menata hal indikator-indikator tanggung jawab sosial yang wajib diungkapkan oleh

perusahaan. GRI merupakan institut yang menghasilkan standar khusus untuk menjadi pondasi dalam menerbitkan informasi keberlanjutan sebuah perusahaan. Dalam penelitian ini memakai prinsip GRI G4 yang mencakup 3 indikator umum antara lain indikator ekonomi, indikator lingkungan, serta indikator sosial. Didalam indikator umum itu dipaparkan kembali tiap bidangnya, dengan keseluruhan 91 pengungkapan menggunakan metode *content analysis*.

Adapun alasan peneliti memilih variabel independen (bebas) menurut Febrilian & Jaeni (2021) yaitu profitabilitas, perusahaan yang memiliki keuntungan akan lebih banyak sumber daya untuk mengalokasikan inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Istifaroh (2017), ukuran perusahaan dapat mempengaruhi seberapa banyak sumber daya yang tersedia untuk diinvestasikan dalam tanggung jawab sosial. Perusahaan yang lebih besar mungkin memiliki lebih banyak karyawan, aset, dan keuntungan yang dapat digunakan untuk mendukung program tanggung jawab sosial. Majidah (2014), *leverage* yaitu tingkat utang suatu perusahaan dapat mempengaruhi kemampuannya untuk berinvestasi dalam mengalokasikan sumber daya untuk inisiatif tanggung jawab sosial.

Dengan mempertimbangkan variabel-variabel tersebut, sehingga peneliti menarik kesimpulan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* dapat membantu memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang bagaimana perusahaan menangani tanggung jawab sosial mereka, dengan mempertimbangkan aspek keuangan, skala operasional, dan kebijakan keuangan mereka. Berdasarkan latar belakang dan kajian atas penelitian-penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas, maka

penulis terinspirasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL KORPORAT PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2020-2022”**. Alasan peneliti memilih sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu karena dampak lingkungan yang signifikan adalah industri makanan dan minuman, dikarenakan penyumbang sampah plastik yang besar, yang secara langsung akan mengganggu pencemaran lingkungan beserta masyarakat (Muhammad Rijalus Sholihin & Harnovinsah, 2019).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah diatas, dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah Profitabilitas dapat mempengaruhi pengungkapan Tanggung Jawab sosial korporat pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2020-2022?
2. Apakah ukuran perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Korporat pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2020-2022?
3. Apakah *Leverage* dapat mempengaruhi pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Korporat pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2020-2022?

1.3 Batasan Masalah

Dengan dilatarbelakangi fenomena dan rumusan masalah yang sudah disampaikan diatas, maka ruang lingkup dari penelitian ini hanya dibatasi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2020-2022.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah didapat, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis apakah profitabilitas memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial korporat.
2. Untuk menganalisis apakah ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial korporat.
3. Untuk menganalisis apakah *Leverage* memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial korporat.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat bagi pihak peneliti dan pembaca, baik manfaat secara teoritis maupun secara praktis.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini bermanfaat dalam meningkatkan pemahaman peneliti mengenai tanggung jawab sosial korporat. Sehingga dapat menjadi pedoman jika bekerja di perusahaan yang perlu menjalankan tanggung jawab sosial.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini bermanfaat bagi penulis untuk menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman penulis, khususnya mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial korporat pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan bagi pembaca tentang aspek tanggung jawab sosial korporat yang dilakukan oleh perusahaan dalam menjalankan usahanya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori dan Pengertian Variabel

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Muhammad Rijalus Sholihin & Harnovinsah (2019) *Stakeholder* adalah sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, yang kompleks dan dinamis dan saling mempengaruhi antara keduanya. Teori pemangku kepentingan (*stakeholder*) merupakan teori yang menggambarkan pihak-pihak yang menjadi tanggung jawab suatu perusahaan. *Stakeholder* adalah seluruh pihak baik internal maupun eksternal yang mempunyai hubungan yang mempengaruhi atau dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan.

Teori pemangku kepentingan menyatakan bahwa perusahaan bukanlah suatu organisasi yang bertanggung jawab hanya kepada pemiliknya saja, melainkan mengutamakan pemangku kepentingan (pemegang saham, konsumen, investor, kreditur, pemasok, pemerintah, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya). Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan pemangku kepentingan suatu perusahaan adalah dengan penerapan tanggung jawab sosial. Dengan mempraktekkan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan dapat mewujudkan keinginan pemangku kepentingan dan membangun hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pemangku kepentingan. Perusahaan merupakan

bagian dari nilai sosial yang ada pada suatu daerah, baik lokal, nasional, maupun internasional, yang artinya perusahaan adalah bagian dari masyarakat secara keseluruhan.

Agar perusahaan dapat berkembang dalam jangka panjang dan bertahan di masyarakat, diperlukan dukungan dari pemangku kepentingan. Pemangku kepentingan (*stakeholder*) memerlukan berbagai informasi tentang kebijakan dan aktivitas perusahaan, dan informasi ini digunakan dalam pengambilan keputusan selanjutnya. Oleh karena itu, perusahaan berusaha untuk memberikan informasi yang diperlukan untuk mendukung pemangku kepentingannya.

2.1.2 Teori *Legitimasi*

Legitimasi merupakan penerimaan dan pengakuan atas kewenangan yang diberikan oleh masyarakat kepada pimpinan yang telah diberikan kekuasaan. Konsep *Legitimasi* mengacu pada peran legitimasi dalam kehidupan sosial, khususnya dalam pembentukan dan pemeliharaan otoritas. *Legitimasi* dapat dilihat sebagai sarana komunikasi dalam hubungan antara perusahaan dan masyarakat guna memperoleh dukungan masyarakat.

Dharmawan Krisna & Suhardianto (2016) Teori *legitimasi* menyatakan bahwa perusahaan berusaha mendapatkan pengakuan publik bahwa usaha yang telah dilakukan perusahaan adalah benar. Semakin besar sumber daya yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar pula upaya perusahaan untuk mendapatkan *legitimasi* di antara seluruh pemangku kepentingan. Teori *legitimasi* menyatakan bahwa suatu organisasi harus terus-menerus memastikan bahwa ia bertindak

sesuai dengan norma-norma yang ditegakkan oleh masyarakat dan bahwa aktivitasnya (perusahaan) diterima oleh pemangku kepentingan di luar organisasi.

Dalam banyak kasus, kelangsungan hidup dan eksistensi suatu perusahaan berhubungan langsung dengan masyarakat. Jika suatu perusahaan ingin diterima oleh masyarakat, maka harus menyesuaikan dengan norma-norma yang berlaku di masyarakat. Eksistensi suatu perusahaan terwujud bila tindakan organisasinya selaras dengan nilai-nilai masyarakat dan memenuhi harapan.

2.1.3 Tanggung Jawab Sosial Korporat

Tanggung jawab sosial korporat (*corporate social responsibility*) merupakan suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar dimana perusahaan tersebut berada, seperti melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan hidup, memberikan beasiswa untuk anak kurang mampu di daerah tersebut, menggalang dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, berdonasi untuk membangun desa atau fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan bermanfaat bagi masyarakat banyak, terutama di sekitar perusahaan.

Menurut Asterina (2018) Tanggung jawab sosial korporat adalah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi bisnis mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) berdasarkan prinsip sukarela dan kemitraan. Dengan menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten dalam jangka panjang, maka akan menumbuhkan rasa penerimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Saat

ini, banyak perusahaan mulai menyadari pentingnya menjalankan tanggung jawab sosial mereka, meskipun banyak yang belum menjalankannya dengan baik.

2.1.3.1 Tujuan Tanggung Jawab Sosial Korporat

Dalam penerapan tanggung jawab sosial harus diketahui apa yang menjadi tujuan dari tanggung jawab sosial perusahaan. Tujuan tanggung jawab sosial adalah memberikan informasi untuk mengevaluasi dampak kegiatan perusahaan terhadap masyarakat. Dampak dari aktivitas korporasi ini bisa bersifat negatif, artinya menimbulkan biaya sosial bagi masyarakat, atau positif, artinya membawa manfaat sosial bagi masyarakat. Untuk lebih jelasnya, tujuan tanggung jawab sosial (CSR) adalah mengukur biaya dan manfaat sosial dan kemudian melaporkannya sehingga peraturan yang diperlukan dapat dilakukan untuk memaksimalkan manfaat sosial.

2.1.3.2 Manfaat Tanggung Jawab Sosial Korporat

Adapun manfaat yang didapatkan dari pelaksanaan tanggung jawab sosial, baik itu bagi perusahaan, masyarakat maupun lingkungan sekitarnya adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, keberadaannya dapat semakin berkembang dan berkelanjutan. Sehingga perusahaan juga lebih mudah untuk memperoleh akses terhadap modal dan dapat mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas tinggi, serta meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis dan mempermudah pengelolaan manajemen resiko (*risk management*).

2. Bagi masyarakat, tanggung jawab sosial akan meningkatkan nilai tambah adanya perusahaan di suatu daerah untuk menyerap tenaga kerja, serta meningkatkan kualitas sosial di sekitar masyarakat tersebut.
3. Bagi lingkungan, dengan adanya tanggung jawab sosial maka akan mencegah terjadinya eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan agar terhindar dari polusi ataupun limbah dari perusahaan.

Menurut Yunita (2015) ada beberapa alasan perlunya perusahaan mewajibkan etika dan tanggung jawab sosial korporat :

1. Partisipasi sosial merupakan respon terhadap keinginan dan harapan masyarakat terhadap peranan dunia usaha. Dalam jangka panjang, hal ini mendatangkan keuntungan besar bagi perusahaan.
2. Partisipasi sosial dapat mempengaruhi perbaikan lingkungan masyarakat yang pada akhirnya dapat menurunkan biaya produksi.
3. Meningkatkan reputasi suatu perusahaan akan menciptakan *goodwill* dari pelanggan, karyawan, investor dan lain-lain.
4. Hindari *intervensi* pemerintah dalam melindungi masyarakat. *Intervensi* pemerintah cenderung membatasi peran dunia usaha, sehingga pihak yang memilih tanggung jawab sosial dapat menghindari pembatasan aktivitasnya.
5. Dapat menunjukkan respon positif perusahaan terhadap norma dan nilai yang berlaku di masyarakat.
6. Sesuai dengan keinginan pemegang saham, dalam hal ini masyarakat.

2.1.3.3 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial korporat

Secara umum pengungkapan adalah konsep, metode dan sarana yang berkaitan dengan cara informasi akuntansi dikomunikasikan kepada pihak yang berkepentingan. Pengungkapan merupakan biaya bagi pihak yang berkepentingan. Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial korporat adalah untuk membantu perusahaan mengkomunikasikan tanggung jawab sosial yang telah mereka laksanakan dalam jangka waktu tertentu (Shah, 2014).

Tanggung jawab sosial korporat juga tercantum dalam Undang- Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Peraturan Pemerintah RI, 2007). Pasal 74 ayat (1) Undang- Undang ini mengatur bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan komersial di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial. Ayat (2) pasal ini dengan jelas mengatur bahwa kewajiban-kewajiban tersebut diperhitungkan sebagai pengeluaran usaha dan pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kejujuran dan kewajaran. Selanjutnya ayat (3) menjelaskan bahwa perusahaan yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Selanjutnya pada ayat (4) disebutkan bahwa ketentuan lain mengenai tanggung jawab sosial diatur dengan peraturan pemerintah. Dengan Undang- Undang ini, tanggung jawab sosial menjadi wajib bagi setiap perusahaan di Indonesia.

Menurut V. M. Putri et al., (2023) Pengungkapan tanggung jawab sosial dinyatakan dalam *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks* (CSRDI). CSRDI diukur dengan cara menilai setiap item yang diungkapkan dalam laporan tahunan

atau laporan keberlanjutan. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan untuk mengukur tanggung jawab sosial adalah standar pedoman pelaporan keberlanjutan GRI (*Global Reporting Initiative*) dengan jumlah pengungkapan kategori sebanyak 91 item terdiri dari 3 kategori yaitu indikator ekonomi, lingkungan dan sosial. Indikator ekonomi dari CSR meliputi pemahaman mengenai dampak-dampak ekonomi dari kegiatan operasional perusahaan. Pengungkapan indikator ekonomi terdiri dari 9 item pengungkapan. Indikator lingkungan dari CSR meliputi berbagai dampak yang ditimbulkan dari aktivitas operasional perusahaan terhadap lingkungan. Pengungkapan indikator lingkungan terdiri dari 34 item pengungkapan. Indikator sosial dari CSR meliputi tanggung jawab perusahaan terhadap dampak sosial langsung maupun tidak langsung akibat dari kegiatan operasional perusahaan. Pengungkapan indikator sosial terdiri dari 48 item pengungkapan.

2.1.4 Faktor- faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab

Sosial Korporat

2.1.4.1 Profitabilitas

Febrihan & Jaeni (2021) Profitabilitas adalah salah satu faktor yang membuat manajemen menjadi fleksibel dan bebas untuk melaksanakan tanggung jawab sosial kepada pemegang saham. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi akan cenderung lebih banyak mengungkapkan kinerja sosial dan lingkungannya sebagai alat komunikasi dengan para pihak yang berkepentingan, sehingga perusahaan sadar bahwa dalam beroperasi tidaklah fokus terhadap laba saja. Pihak investor akan selalu memperhatikan rasio

profitabilitas yang juga akan menjadi bahan pertimbangan nantinya jika investor akan menginvestasikan dana yang dimiliki para investor. Tingkat profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari kegiatan operasional sehari-hari.

Manurung.A dan Halomoan (2018) menyatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari usahanya disini permasalahannya adalah keefektifan manajemen dalam menggunakan baik total aktiva maupun aktiva tetap. Setiap bisnis ingin mencapai keuntungan yang maksimal.

2.1.4.2 Ukuran Perusahaan

Febrihan & Jaeni (2021) Ukuran perusahaan merupakan suatu gambaran besar atau kecilnya perusahaan yang bisa dilihat dari total aktiva. Perusahaan yang besar biasanya memiliki banyak pemangku kepentingan sehingga lebih disoroti dari perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang besar juga, sehingga perusahaan akan lebih banyak untuk mengungkapkan aktivitas sosial dan lingkungannya yang pada intinya akan berpengaruh kepada keberlanjutan perusahaan untuk kedepannya. Jika perusahaan senantiasa aktif dalam pembangunan berkelanjutan maka dalam jangka waktu panjang akan terhindar dari biaya yang besar akibat tuntutan masyarakat. Ukuran perusahaan merupakan variabel yang sangat sering digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Gemitasari & Nursiam (2013) ukuran perusahaan menunjukkan besar atau kecilnya perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin mendapatkan perhatian besar dari publik.

Perusahaan yang telah dikategorikan sebagai perusahaan yang besar maka telah dianggap kinerja perusahaan sudah sangat bagus sehingga dapat menarik para *stakeholders* untuk memiliki kepentingan di dalam perusahaan.

Besar kecilnya sebuah perusahaan pada akhirnya akan berdampak pada struktur modal pada perusahaan itu sendiri sehingga perusahaan membutuhkan dana yang besar untuk berinvestasi ke dalam perusahaan.

2.1.4.3 Leverage

Menurut Majidah (2014) dalam Purnasiwi (2012) *leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Dengan demikian *leverage* menggambarkan risiko keuangan perusahaan. Sehingga perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena risiko perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi akan berusaha terlihat ingin lebih baik khususnya terhadap kreditur dengan melaporkan pengungkapan tanggung jawab sosial yang baik.

2.2 Telaah Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang berfungsi untuk membantu peneliti dalam memberikan gambaran dan kerangka pemikiran sebagai acuan dalam membandingkan penelitian ini dengan penelitian terdahulu agar dapat menghasilkan analisa yang sesuai dengan teori yang menjadi rujukan dalam penelitian ini.

Muhammad Rijalus Sholihin & Harnovinsah (2019) melakukan penelitian yang berjudul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel Dependen yang digunakan pada penelitian tersebut adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Adapun variabel independen yang digunakan yaitu kepemilikan institusi, Dewan komisaris Independen, dan komite audit. Hasil yang didapat dari penelitian tersebut yaitu bahwa kepemilikan institusi, komite audit berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan dewan komisaris independen, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

B. U. Putri *et al.*, (2017) melakukan penelitian yang berjudul Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social responsibility Disclosure*. Variabel dependen Pengungkapan *Corporate Social responsibility Disclosure*. Sedangkan variabel independen adalah Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kinerja Lingkungan. Adapun hasil yang didapat dari penelitian tersebut adalah bahwa Profitabilitas, *Leverage*, Kinerja Lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Sedangkan Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Istifarah (2017) melakukan penelitian yang berjudul Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel dependen yang dipakai dalam penelitiannya yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan variabel independen yang dipakai adalah Profitabilitas,

Leverage, Ukuran Dewan Komisaris, Kinerja Lingkungan. Sehingga hasil yang didapat dalam penelitian tersebut adalah bahwa Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris, dan Kinerja Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Febrihan & Jaeni (2021) melakukan penelitian yang berjudul Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi CSRD pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2017-2019. Adapun variabel dependennya adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*). Sedangkan untuk variabel independennya adalah Komite audit, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage*. Hasil penelitian yang didapat adalah bahwa Komite Audit, dan *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap CSRD. Sedangkan Profitabilitas dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD).

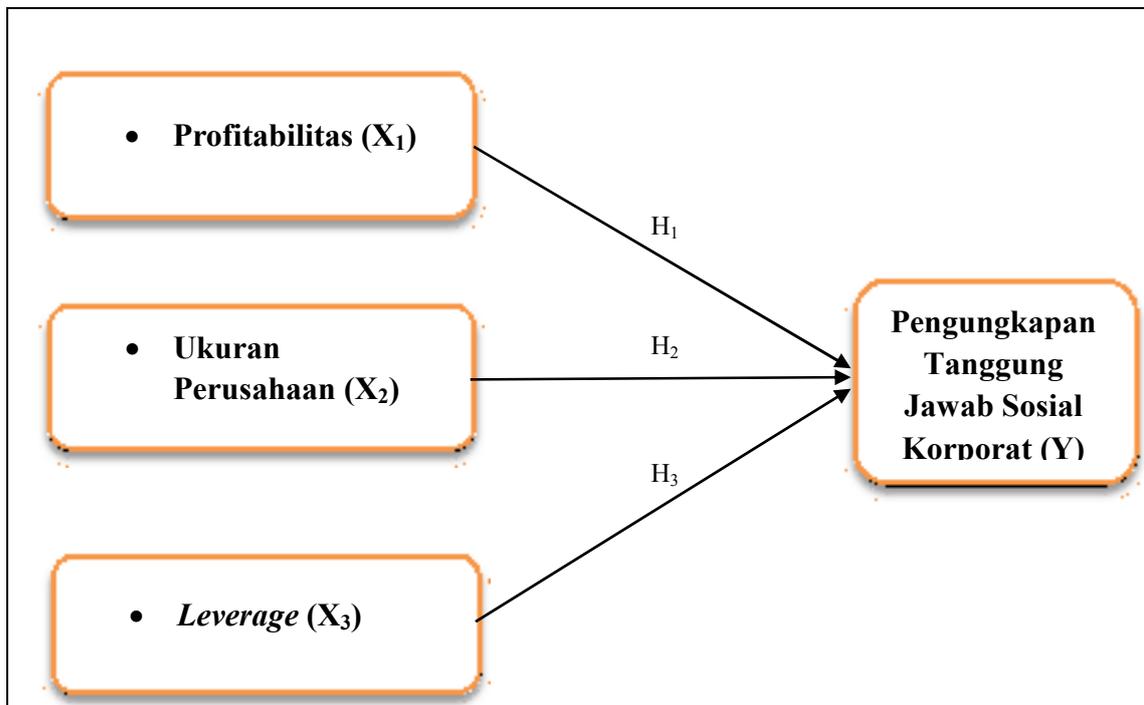
Majidah (2014) melakukan penelitian yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan (Studi kasus pada emiten sub sektor makanan dan minuman di BEI 2010-2012). Adapun variabel dependennya pada penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*). Sedangkan variabel independennya adalah Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris. Hasil yang didapat dari penelitian tersebut adalah bahwa Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh secara

simultan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate Social responsibility*).

2.3 Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis ini merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai isu penting. Penelitian ini mencoba untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Adapun faktor yang mempengaruhi pengungkapan dalam penelitian ini adalah Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Leverage*. Kerangka teoritis dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Teoritis

Sumber : Data diolah peneliti

2.3.2 Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Profitabilitas

Profitabilitas merupakan laba yang diperoleh suatu perusahaan. Febrilian & Jaeni (2021) dan Putri *et al.*, (2017) Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial (CSR). Dimana profitabilitas adalah suatu kemampuan dalam perusahaan untuk menghasilkan laba dengan cara memanfaatkan aset yang telah dimiliki. Profitabilitas merupakan suatu faktor yang membuat manajemen menjadi fleksibel dan bebas untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan kepada pemegang saham, perusahaan dengan laba tinggi akan menjadi sorotan, untuk mengurangi tekanan tersebut maka perusahaan akan mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial korporat

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan

Felicia & Rasmini (2015), Muhammad Rijalus Sholihin & Harnovinsah (2019), dan Febrilian & Jaeni (2021), Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, dikarenakan ukuran perusahaan merupakan suatu

gambaran besar atau kecilnya perusahaan yang bisa dilihat dari total aktiva. Perusahaan yang besar biasanya memiliki banyak pemangku kepentingan sehingga lebih disoroti dari perusahaan besar, sehingga perusahaan akan lebih banyak untuk mengungkapkan aktivitas sosial dan lingkungannya yang pada intinya akan berpengaruh kepada keberlanjutan perusahaan untuk kedepannya. Dari penelitian tersebut, dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial korporat

3. Pengaruh *Leverage*

Putri *et al.*, (2017), Istifaroh (2017) dan Sihite & Telkom (2014) Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. *Leverage* merupakan rasio untuk mengatur berapa besarnya aktiva yang dibiayai oleh utang atau proporsi total utang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dibanding perusahaan dengan tingkat *leverage* yang lebih rendah. Dari penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial korporat

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan sampel Penelitian

3.1.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah suatu wilayah umum yang berupa subjek dan objek yang mempunyai ciri dan sifat tertentu yang diteliti untuk mengambil suatu kesimpulan. Maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022 sebanyak 84 perusahaan. Dapat dilihat dalam lampiran 1.

3.1.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan suatu cara pengambilan sampel suatu sumber data dengan pertimbangan tertentu. Kriteria pemilihan sampel penelitian ditentukan berdasarkan tersedianya seluruh data yang diperlukan berupa variabel terikat dan bebas.

Berikut beberapa kriteria penelitian ini yaitu :

1. Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.
2. Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang mempublikasikan *annual report* Periode 2020-2022.

3. Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang tidak mengalami kerugian Periode 2020-2022
4. Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang mengungkapkan tanggung jawab sosial korporat Periode 2020-2022.

Tabel 3. 1 Kriteria Sampel Penelitian

Keterangan Kriteria	Jumlah
Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022	84
Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang tidak mempublikasikan <i>annual report</i> periode 2020-2022	(28)
Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang mengalami kerugian periode 2020-2022	(23)
Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang tidak mengungkapkan tanggung jawab sosial korporat periode 2020-2022	(2)
Jumlah Sampel	31
Tahun Penelitian 2020-2022	3
Jumlah data	93

Sumber : www.idx.co.id

Berdasarkan kriteria pengambilan sampel tersebut, maka jumlah sampel yang memenuhi kriteria penelitian ini adalah sebanyak 31 perusahaan. Daftar kode sampel perusahaan dapat dilihat dalam lampiran 2.

3.2 Data dan teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Jenis dan Sumber Data

Data penelitian dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber lain yang sudah ada kemudian dianalisis sesuai dengan tujuan dari penelitian. Data sekunder penelitian ini bersumber dari publikasi laporan tahunan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman tahun 2020-2022 yang diperoleh dari situs resmi Bursa efek Indonesia yaitu (idx.co.id).

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan 2 cara, yaitu:

1. Metode kepustakaan atau studi pustaka, yakni pengumpulan data pendukung berupa dokumen, jurnal, penelitian terdahulu, dan laporan yang dipublikasikan untuk lebih memahami permasalahan yang diteliti.
2. Metode dokumentasi, yaitu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data-data dengan menganalisis dokumen yang dibuat oleh pihak lain.

3.2.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu metode pengujian teori-teori tertentu dengan cara menguji antar variabel (Noor, 2011). Variabel-variabel tersebut seringkali diukur dengan menggunakan alat penelitian sehingga datanya berupa angka-angka yang dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Noor (2011) Mengemukakan bahwa variabel penelitian merupakan kegiatan menguji hipotesis, yaitu menguji kecocokan antara teori dan fakta empiris di dunia nyata. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Y). Sedangkan variabel bebas (Independen) nya yaitu, Profitabilitas (X₁), Ukuran Perusahaan (X₂), dan *Leverage* (X₃).

3.3.1 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel dependen yang dipakai dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial korporat. Muhammad Rijalus Sholihin & Harnovinsah, (2019) Pengungkapan tanggung jawab sosial dinilai dengan membandingkan pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan jumlah pengungkapan yang di syartkan dalam GRI G4 *Guidelines* meliputi 91 item pengungkapan dapat dilihat dalam lampiran 3. Apabila item informasi yang ditentukan, diungkapkan dalam laporan tahunan maka diberi skor 1, dan jika tidak diungkapkan diberi skor 0. Perhitungan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{CSRDI } j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSRDI j : *Corporate Social Disclosure Index* perusahaan j

Nj : jumlah item perusahaan j

Xij : 1 =jika item I diungkapkan; 0=jika item I tidak diungkapkan

3.3.2 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah, antara lain:

a. Profitabilitas

Kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham (Febrilian & Jaeni, 2021). Dalam penelitian ini rasio profitabilitas yang digunakan adalah *return on asset* (ROA) yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan melalui penggunaan total aset. Adapun rumus yang digunakan dapat dilihat sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

b. Ukuran Perusahaan

Menurut Sembiring (2005) dalam Siregar & Tampubolon (2019) ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan perbedaan informasi yang diberikan dalam laporan tahunan perusahaan. Untuk melihat besaran kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang ditunjukkan melalui logaritma natural total aset. Berikut rumus yang dapat digunakan untuk menghitung ukuran perusahaan.

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

c. Leverage

Leverage merupakan tingkat kemampuan suatu perusahaan dalam menggunakan aset atau modal yang memiliki biaya tetap (hutang dan saham) dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang bersangkutan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka pengukuran rasio *leverage* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Debt To Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Tabel 3. 2 Variabel Operasional

No	Variabel	Alat Ukur	Skala
1	Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Korporat (Y)	$CSRDI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$	Rasio
2	Profitabilitas (X1)	$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
3	Ukuran Perusahaan (X2)	$Ukuran\ Perusahaan = \ln(\text{Total Aset})$	Nominal
4	<i>Leverage</i> (X3)	$\text{Debt To Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$	Rasio

Sumber : Data diolah peneliti

3.4 Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.4.1 Uji Statistik Deskriptif

Fatihudin (2015) menjelaskan pengertian deskriptif sebagai suatu metode rumusan masalah yang melibatkan pertanyaan keberadaan variabel bebas, satu variabel, atau variabel bebas. Statistik

deskriptif memberikan suatu gambaran data dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum. Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran data variabel dependen yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial, dan variabel independen yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*.

3.4.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2018) uji asumsi klasik merupakan langkah pertama yang digunakan sebelum analisis regresi linier berganda. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa koefisien regresi bersifat heteroskedastisitas, konsisten, dan akurat dalam estimasinya. Uji klasik ini dilakukan untuk menunjukkan bahwa uji yang dilakukan telah memenuhi normalitas data, multikolinearitas, autokorelasi, dan heterogenitas sehingga pengujian dapat dilakukan dalam analisis regresi linier.

3.4.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Menurut Asra. Abuzar, dkk (2014) Uji normalitas dapat dilihat dari hasil uji normalitas dengan menggunakan analisis grafik yaitu dengan menggunakan *probability plot* menunjukkan bahwa grafik memberikan pola distribusi normal yang mendekati normal dengan titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya masih disekitar garis normal sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal serta hasil uji *kolmogrov-Smirnov* dimana jika pada hasil uji *Kolmogrov-Smirnov* menunjukkan p-value lebih besar dari 0,05, maka data berdistribusi normal dan sebaliknya, jika p-value lebih kecil dari 0,05, maka data tersebut berdistribusi tidak normal.

3.4.2.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk memeriksa apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak akan ada korelasi antar variabel independennya. Uji multikolinearitas juga dimaksudkan untuk mendeteksi adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen yang dapat dilakukan dengan bebas yaitu dengan menggunakan *Tolerance Variance Inflation Factor* (VIF). Menurut Fatihudin (2015) Di dalam model regresi dapat diketahui dari toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10 dan sebaliknya jika nilai VIF lebih dari 10 dan nilai *tolerance* kurang dari 0,01 maka terjadi multikolinearitas.

3.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk memeriksa apakah dalam model regresi terdapat ketimpangan varians residu dari pengamatan yang satu ke pengamatan yang lain. Menurut Ghozali (2018) deteksi ketidakseragaman dapat dilakukan dengan menggunakan metode scatterplot dengan memplot nilai ZPRED (nilai prediksi) terhadap SRESID (nilai sisa). Pola yang baik akan didapat jika tidak ada pola tertentu pada grafik, misalnya terpusat lalu melebar atau meluas lalu menyempit. Berikut dasar analisis metode ini :

1. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka menunjukkan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y secara acak, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.4.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan dengan yang lainnya. Adapun model regresi yang baik yaitu bebas dari autokorelasinya.

Menurut Fatihudin (2015) untuk mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi dapat menggunakan uji *run test*. Uji *run test* adalah salah satu cara untuk menemukan autokorelasi, atau ketiadaan autokorelasi. Uji *run test* menentukan apakah data residual terjadi secara acak atau tidak.

Persamaan regresi tidak mengandung autokorelasi jika hasil uji lebih dari 0,05.

3.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut A. Irianto (2009) regresi linear berganda yaitu untuk menganalisis variabel bebas untuk memprediksi nilai rata-rata variabel terikat dengan variabel bebas yang sudah diketahui. Analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Metode regresi linear berganda ini dilakukan terhadap model yang diajukan peneliti dengan menggunakan software SPSS untuk mengetahui pengaruh antar variabel dependen dan variabel independen. Pengujian masing-masing hipotesis dilakukan dengan menguji masing-masing koefisien regresi dengan uji t dan uji F . Model regresi linear berganda ditunjukkan oleh persamaan berikut ini :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y : Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

α : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi

X1 : Profitabilitas

X2 : Ukuran Perusahaan

X3 : *Leverage*

ε : Error

3.4.4 Pengujian Hipotesis

Ada dua jenis pengujian untuk menguji hipotesis yaitu uji parametrik dan non parametrik. Uji parametrik digunakan menguji jika data yang digunakan normal sedangkan non parametrik digunakan ketika data yang digunakan tidak normal (Ghozali, 2018). Berikut beberapa yang harus dipenuhi untuk menggunakan uji statistik parametrik yaitu :

1. Observasi harus independen
2. Populasi awal observasi harus normal
3. Variabel diukur dalam skala interval

Untuk itu jika data bersifat normal maka harus menggunakan uji statistik parametrik. Pengujian hipotesis peneliti menggunakan uji pengaruh parsial (t test).

3.4.4.1 Pengujian Parsial (Uji t)

Pengujian parsial digunakan untuk menguji sejauh mana suatu variabel independen secara individual dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Menurut Ghozali (2018) Kriteria yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis adalah :

1. Jika $H_0 : b_1 > 0$, maka terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika $H_0 : b_1 = 0$, maka secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Derajat keyakinan ($\alpha = 5\%$) yaitu :
 - a. Apabila besarnya nilai signifikansi lebih besar dari tingkat α yang digunakan maka hipotesis yang diajukan ditolak datanya.
 - b. Jika nilai sig t lebih kecil dari tingkat α yang digunakan, maka hipotesis yang diajukan diterima oleh data.

3.4.4.2 Koefisien Determinasi/ R^2

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien R^2 berkisar antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin besar R^2 (mendekati 1), maka semakin baik hasil model regresinya, dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara