

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan perusahaan yang semakin pesat menimbulkan dampak bagi lingkungan sekitar berdirinya perusahaan. Dampak dari berdirinya perusahaan tersebut terbagi menjadi dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif perusahaan bagi lingkungan sekitarnya dapat dilihat dari tersedianya lapangan pekerjaan dan pemenuhan akan kebutuhan masyarakat. Disisi lainnya terdapat dampak negatif dari berdirinya perusahaan di tengah-tengah lingkungan masyarakat, misalnya eksploitasi sumber daya dan rusaknya lingkungan di sekitar operasi perusahaan.

Perusahaan manufaktur mempunyai peranan yang besar dalam masalah masalah polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Hal ini dikarenakan perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang banyak berhubungan atau bersinggungan langsung dengan masyarakat. Perusahaan manufaktur dalam melaksanakan kegiatan usahanya mau tidak mau akan menghasilkan limbah yang berdampak pada masalah pencemaran lingkungan. Proses produksi yang dilakukan perusahaan manufaktur juga erat kaitannya dengan tenaga kerja yang dalam hal ini akan menimbulkan masalah keselamatan kerja. Selain itu perusahaan manufaktur memasarkan produknya ketengah konsumen sehingga isu masalah keselamatan dan keamanan produk merupakan hal yang penting diungkapkan kepada masyarakat. Hal-hal ini lah yang membedakan perusahaan manufaktur dari perusahaan lainnya misalnya perbankan atau perusahaan jasa

lainnya dan hal ini menjadi alasan yang kuat untuk dilakukannya penelitian-penelitian tentang pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan manufaktur.

Beberapa tahun terakhir ini ,di Indonesia sering terjadi permasalahan yang berkaitan dengan CSR misalnya, bencana kebakaran hutan yang terjadi di daerah Sumatera dan Kalimantan. Hal tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan yang dicapai oleh perusahaan memang tidak diikuti dengan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Program CSR tidak hanya menguntungkan masyarakat di sekitar perusahaan melainkan juga bermanfaat bagi berkelanjutan bisnis perusahaan itu sendiri. Jika ditinjau dari segi ekonomi, tujuan utama perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan yang sebesar besarnya sehingga seringkali perusahaan mengabaikan dampak sosial dan lingkungan yang terjadi atas tindakan ekonomi yang dilakukan dimana tindakan tersebut dapat menimbulkan kerusakan lingkungan misalnya, penggundulan hutan, polusi udara, pencemaran air, dan sebagainya. Melalui kegiatan tanggung jawab sosial CSR yang biasa dikenal dengan triple bottom line diharapkan perusahaan tidak hanya berfokus pada masah finansial tetapi juga memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan sekitarnya.

Dua tujuan berdirinya perusahaan yakni; untuk memaksimalkan laba dan juga tujuan sosial. Sering kali perusahaan semakin berfokus pada pencarian keuntungan dan mengabaikan tujuan sosial perusahaan, tanpa mempertimbangkan dampak yang muncul dari kegiatan usaha yang dilakukan yang mengabaikan kewajiban-kewajiban pada pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Tujuan perusahaan untuk memaksimalkan kesejahteraan para pemegang saham tidak berarti bahwa pihak manajemen harus mengabaikan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate social responsibility*), seperti melindungi pelanggan, membayar gaji yang wajar kepada para pegawai, mempertahankan praktik perekrutan pegawai yang adil dan kondisi kerja yang aman, membantu pendidikan, serta terlibat dalam berbagai isu lingkungan dan udara bersih. Pemikiran yang melandasi *Corporate social responsibility* atau tanggungjawab sosial perusahaan ini adalah bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab kepada para pemegang saham (*shareholder*) tetapi juga memiliki tanggung jawab kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*)

Corporate social responsibility (CSR) merupakan suatu tanggung jawab yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan para *stakeholder* baik internal maupun eksternal. Pemangku kepentingan (*stakeholder*) ini meliputi kreditur, pegawai, pelanggan, pemasok dan masyarakat disekitar tempat perusahaan beroperasi, serta pihak-pihak lainnya.

Secara umum gerakan CSR ada tiga motif seperti yang diungkapkan Baron (2003) dalam Anggusti (2010), berikut ini:

“Motif CSR strategis adalah untuk meningkatkan laba perusahaan dengan ancaman eksternal. Motif kedua untuk CSR adalah untuk mengurangi ancaman terhadap perusahaan dari lingkungan non pasarnya, seperti dari kegiatan dan pemerintah. Motif ketiga adalah moral, perusahaan merespons kebutuhan orang lain tanpa untung yang merosot.”¹

¹ Anggusti, Martono, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, Bandung : Books Terrace & Library, 2010.

Jika perusahaan melaksanakan CSR, maka perusahaan tersebut mempunyai motif untuk meningkatkan keuntungan. Motif yang kedua, perusahaan melaksanakan CSR, untuk mengurangi ancaman atau tekanan dari pemerintah atau aktivis LSM. Motif yang ketiga adalah karena kesadaran moral, tanpa pamrih untuk mendapatkan keuntungan finansial, perusahaan secara sadar merespon kebutuhan akan pentingnya perhatian pada lingkungan. Ketiga motif di atas, dapat diketahui bahwa gerakan yang dilakukan perusahaan sebenarnya apakah bersifat strategis atau etis.

Masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu *stakeholder* penting bagi perusahaan. Keberlanjutan sebuah perusahaan akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup masyarakat sekitarnya. Karena dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan sehingga perusahaan perlu berkomitmen untuk memberi manfaat yang sebesar-besarnya kepada masyarakat. Hal ini menjadi perhatian utama yang terus berkembang dalam upaya-upaya tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*).

Setiap perusahaan di Indonesia diwajibkan untuk melakukan CSR karena hal ini telah diatur dalam Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang menjalankan usahanya dibidang dan/berkaitan dengan sumberdaya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Hal ini mendorong setiap perusahaan agar melaksanakan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility-CSR*) perusahaan dan melakukan pengungkapan

informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan untuk mentaati peraturan yang ada. Pengungkapan CSR adalah satu media yang dipakai untuk menunjukkan kepedulian perusahaan kepada masyarakat dan lingkungannya.

Di Indonesia sendiri pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan masih terkesan hanya memenuhi tuntutan undang-undang. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang dilaksanakan berdasarkan *checklist* yang digunakan dalam penelitian tersebut menemukan bahwa setiap perusahaan hanya memenuhi 4-15 item *checklist*. Sedangkan perusahaan manufaktur memiliki resiko untuk melakukan pencemaran lebih tinggi karena limbah yang dihasilkan sangat berbahaya apabila tidak di olah dengan benar.

Penelitian mengenai *corporate social responsibility-CSR* sebelumnya telah banyak dilakukan dimana dalam hasil penelitian tersebut ditemukan hasil yang berbeda. Penelitian yang dilakukan Arbi Tovani (2015) menunjukkan bahwa *size*, ukuran perusahaan, dan ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR sedangkan ukuran dewan komisaris dan leverage memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Sedangkan profitabilitas, ukuran perusahaan, dan likuiditas perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Menguji praktik pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar *Tadawul Stock Excehanges* Saudi Arabia pada tahun 2013. Penelii ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan *leverage* tidak memiliki pengaruh

terhadap pengungkapan CSR. Naweish (2015) dalam penelitiannya menemukan hasil bahwa ROA dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR namun pengungkapan CSR dipengaruhi oleh ROA. Berbeda dengan penelitian sebelumnya peneliti yang dilakukan Naweish (2015) menemukan hasil bahwa hanya ukuran perusahaan yang memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan, ROA tidak memiliki korelasi terhadap pengungkapan CSR.

Saphira Evani Arningtyas (2014) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa hanya variabel ukuran dewan komisaris yang memiliki pengaruh terhadap luas pengungkapan CSR. Sedangkan, ukuran perusahaan, *leverage*, kepemilikan manajemen, *profil* dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap luas pengungkapan CSR. Artturi Roitto (2013) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa hanya umur perusahaan dan profitabilitas yang memiliki pengaruh terhadap tingkat pengungkapan CSR. Penelitian tentang kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan CSR dilakukan oleh Khaled Hussainey (2011) menemukan hasil bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR bahwa profitabilitas merupakan penentu utama dari pengungkapan CSR di Mesir. Ukuran perusahaan, *leverage* dan ukuran perusahaan kepemilikan institusional memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR sedangkan variabel lain tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Dari sekian banyak hasil penelitian tersebut, terlihat hasil yang cukup beragam. Hasil penelitian yang beragam tersebut kemungkinan dipengaruhi oleh perbedaan lokasi penelitian, sampel

penelitian dan periode pengamatan yang berbeda. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan memenuhi kriteria pengambilan sampel yang digunakan peneliti. Pemilihan ini dikarenakan sektor Manufaktur merupakan sektor yang bersinggungan langsung dengan masyarakat yang memiliki kontribusi yang relatif besar terhadap perekonomian dan sumber penerimaan pajak yang cukup besar bagi Negara.

Adanya ketidak konsistenan hasil penelitian sebelumnya membuat penulis termotivasi untuk mengkaji kembali penelitian tentang pengungkapan CSR. Penelitian ini merupakan replikasi tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Faktor-faktor yang menjadi variabel dalam penelitian tersebut adalah, profitabilitas ukuran perusahaan leverage dan *ukuran dewan komisaris* merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diprediksi mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *publik demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Perusahaan yang lebih besar lebih banyak di pengaruhi pihak *stakeholder* mereka lebih rentan juga terhadap keputusan yang merugikan.

Menurut Swandari (2016)

“Leverage merupakan alat untuk mengukur tingkat ketergantungan perusahaan kepada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Tinggi rendahnya leverage sebuah perusahaan akan mempengaruhi tingkat

pengungkapan CSR, hal ini dipengaruhi oleh tingginya hutang yang harus dibayar oleh perusahaan.”²

Semakin tinggi *leverage* maka keputusan untuk mengungkapkan CSR akan semakin rendah, sebaliknya semakin rendah *leverage* maka tingkat pengungkapan CSR akan semakin besar. Hal ini karena keputusan untuk mengungkapkan CSR dapat membuat suatu pengeluaran yang akan menurunkan pendapatan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini peneliti menambahkan kepemilikan manajerial sebagai variabel independen. Kepemilikan manajerial dipilih sebagai tambahan variabel independen dikarenakan semakin tinggi kepemilikan manajerial menjadikan semakin ketatnya pengawasan terhadap manajemen perusahaan dalam melaksanakan kegiatan sosial perusahaan. Semakin tinggi kepemilikan manajerial akan mengurangi konflik kepentingan antara manajer dan pemilik. Dalam hal ini manajer akan lebih memaksimalkan kepentingan perusahaan dibandingkan kepentingan dirinya. Selain itu penelitian ini juga penambahan periode pengamatan yakni pada laporan tahunan tahun 2016-2018. Penambahan tahun penelitian ini dilakukan untuk memperoleh hasil yang lebih valid.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor - faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”**.

²Swandari, Fifi, Ali Sadikin. “*The Effect of Ownership Structure, Profitability, Leverage, and Firm Size on Corporate Social Responsibility (CSR)*”. *Binus Business Review* 7(3), 315-320. E-ISSN 2476-9053, 2016, hal.17.

1.3 Batasan Masalah

Peneliti ini hanya menggunakan empat variabel independen yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage dan ukuran dewan komisaris selain itu. Peneliti ini hanya fokus pada perusahaan sektor industri dasar dan kimiayang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan indentifikasi dan pembatasan masalah diatas, dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Manufaktur?
2. Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Manufaktur?
3. Bagaimana pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Manufaktur?
4. Bagaimana pengaruh Uskuran Dewan Komisarisoleh publik terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Manufaktur?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini, tujuan penelitian ini adalah untuk menguji:

1. Pengaruh antara *Profitabilitas* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Pengaruh antara Ukuran Perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Pengaruh antara *Leverage* dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat bagi semua pihak yang bersangkutan, baik manfaat secara teoritis maupun manfaat praktis.

a. Manfaat Teoritis

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori dalam bidang Manajemen Keuangan khususnya mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian tentang faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR ini dapat menjadi bahan referensi di bidang keuangan sehingga dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya sebagai acuan penulisan hasil penelitian berikutnya.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini mampu memberikan input atau masukan dalam pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) sehingga perusahaan tidak ragu lagi dalam penerapan dan pengungkapan CSR sesuai Undang-undang yang berlaku.

2. Bagi Pengguna Laporan Keuangan

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran ataupun menjadi kajian bagi para pengguna laporan keuangan terutama investor mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sehingga dapat menjadi pedoman dan pertimbangan dalam berinvestasi terutama yang berminat berinvestasi pada perusahaan manufaktur.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Teori Keagenan

Menurut Adanan dan Berliana teori keagenan adalah menjelaskan dan memprediksi perilaku dari pihak-pihak yang terlibat dalam suatu perusahaan, teori keagenan didasarkan pada hubungan antara pemilik dan manajemen.³Teori keagenan dalam perkembangannya terbagi menjadi dua aliran meliputi: (1) *positive Theory of Agency*, teori ini memfokuskan pada identifikasi situasi ketika pemegang saham dan manajer sebagai agen mengalami konflik dan mekanisme pemerintah yang membatasi *self saving* dalm diri agen. (2) *Prinsipal Agen Literature*, memfukuskan pada kontrak optimal antara pelaku dan hasilnya yang secara garis besar penekanannya pada hubungan pemegang saham dan agen.

Teori keagenan dilandasi oleh 3 (tiga) asumsi yaitu: (a) asumsi tentang sifat manusia, (b) asumsi tentang keorganisasian, dan (c) asumsi tentang informasi. Asumsi tentang sifat manusia menekankan bahwa manusia memiliki sifat untuk mementingkan diri sendiri (*self interest*), memiliki keterbatasan rasionalitas (*bounded rationality*), dan tidak menyukai resiko (*risk aversion*). Asumsi keorganisasian adalah adanya konflik antar anggota organisasi, efisiensi sebagai kriteria produktivitas, dan adanya *Asymetric Information* (AI) antara prinsipal dan agen. Sedangkan asumsi tentang informasi adalah bahwa iformasi dipandang sebagai barang komoditi yang bisa diperjual belikan.

³Adanan dan E.M.Berliana, **Teori Akuntansi**: Universitas HKBP Nommensen, Medan, 2019, hal.41.

Perbedaan asimetri informasi dapat dibagi dalam dua jenis yaitu: *Adverse Hazard* dan *Moral Hazard*. *Adverse Selection*, yaitu suatu keadaan dimana prinsipal tidak dapat mengetahui apakah suatu keputusan yang diambil oleh agen benar-benar didasarkan atas informasi yang telah diperolehnya, atau terjadi sebagai kelalaian dalam tugas. *Moral Hazard*, yaitu permasalahan yang muncul jika agen tidak melaksanakan hal-hal yang telah disepakati bersama dalam kontrak kerja.

2.1.2 Teori Stakeholder

Teori *Stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun juga harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*.(Gozali dan Chariri,2007)**“Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder perusahaan tersebut.”**⁴Teori *stakeholder* pertama kali digagas oleh R. Edward Freeman, yang menyatakan bahwa, (*“Stakeholder* Teori Stakeholder adalah teori manajemen organisasi dan atlet bisnis yang membahas moral dan nilai dalam mengelola organisasi).”

Asumsi teori *stakeholder* dibangun atas dasar pernyataan bahwa perusahaan berkembang menjadi sangat besar dan menyebabkan masyarakat menjadi sangat terkait dan memerhatikan perusahaan, sehingga perusahaan perlu menunjukkan akuntabilitas maupun responsibilitas secara lebih luas dan tidak terbatas hanya kepada pemegang saham.Teori *stakeholder* memberikan

⁴Ghozali, Imam. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2013.

landasan bahwa suatu perusahaan mampu memberikan manfaat bagi *stakeholder*. Manfaat tersebut diberikan dengan cara menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Anggusti (2010) **“Dengan terjadinya peningkatan manfaat perusahaan bagi masyarakat dan lingkungan disekitar perusahaan, maka perusahaan mampu mencapai tujuan-tujuan perusahaan sebagai sebuah organisasi usaha.”**⁵

2.1.3 *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tanggungjawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*-CSR) dalam teori klasik adalah sebuah perusahaan bertindak serta bertanggungjawab sosial jika perusahaan itu menggunakan sumber-sumber daya seefisien mungkin menghasilkan barang dan jasa yang diinginkan oleh masyarakat pada harga yang para konsumen bersedia membayar.

CSR adalah kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional.

Anggusti (2010: 9-12) mengemukakan beberapa definisi lain tentang CSR menurut berbagai Organisasi, yakni:

1. ***World business council for sustainable development* mendefinisikan CSR sebagai komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan**

⁵Anggusti, Martono. “*Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*”. Bandung : Books Terrace & Library, 2010. Hal.28.

karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya.

2. *International Finance Corporation*, mendefinisikan CSR sebagai komitmen dunia bisnis untuk memberi kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kehidupan mereka melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan.
3. CSR Asia mengartikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan, seraya menyeimbangkan beragam kepentingan *stakeholder*.
4. ISO 26000 memberikan definisi CSR sebagai tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.⁶

Ilmi (2017) menyatakan bahwa “CSR adalah sebuah aksi sosial dari perusahaan sebagai sebuah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam membangun ekonomi dan pemanfaatan ekonomi dan tenaga kerja untuk tujuan sosial.”⁷

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan peningkatan kualitas atau adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota masyarakat untuk dapat menanggapi keadaan sosial yang ada, dan dapat menikmati, memanfaatkan serta memelihara lingkungan hidup atau dapat dikatakan sebagai proses penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis dan *stakeholder* baik secara internal

⁶Ibid, hal. 9-12.

⁷Ilmi, *et al.* 2017. “Effect of Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility Disclosure and Managerial Ownership to the Corporate Value With Financial Performance as Intervening Variables” *Journal of Science and Business* Vol 2. PP.75-88

(pekerja, *Stakeholder*, dan penanam modal) maupun eksternal (kelembagaan pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain).

2.1.3.1 Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Secara umum tujuan perusahaan melaksanakan CSR dipengaruhi oleh tiga hal, yakni; *pertama*, perusahaan adalah bagian dari masyarakat yang oleh karenanya wajar perusahaan memerhatikan kepentingan masyarakat sebagai kompensasi sosial karena timbulnya ketidaknyamanan pada masyarakat. *Kedua*, bisnis dan masyarakat merupakan hubungan simbiosis mutualisme. Perusahaan dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat untuk mendongkrak citra dan performa masyarakat. *Ketiga*, untuk meredam dan bahkan menghindari konflik sosial. Potensi konflik berasal akibat dampak operasional perusahaan ataupun akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dan komponen perusahaan.

Anggusti (2010) menyatakan bahwa:

“CSR memiliki Tujuan dan Manfaat sebagai berikut:

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan brand image perusahaan.**
- b. Layak mendapat *social licence to operate*.**
- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.**
- d. Melebarkan akses sumber daya.**
- e. Membentangkan akses menuju market.**
- f. Mereduksi biaya.**
- g. Memperbaiki hubungan dengan stakeholder.**
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator.**
- i. Meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan.**
- j. Peluang mendapatkan penghargaan.**

Jika dikelompokkan, sedikitnya ada empat manfaat CSR terhadap perusahaan :

1. *Brand differentiation*

Pesaing pasar yang kian kompetitif, CSR bisa memberikan citra perusahaan yang khas, baik, dan etis di mata publik yang pada gilirannya menciptakan *customer loyalty*.

2. Peningkatan citra perusahaan

Citra perusahaan dianggap sebagai gambaran perusahaan, baik buruknya citra perusahaan tergantung pada penilaian masyarakat, pengungkapan CSR terkait isu lingkungan, sosial, *human resources* dan hak asasi manusia akan meningkatkan *image* baik terhadap perusahaan di mata *stakeholder*-nya. Program CSR dapat membantu dalam pendanaan baik melalui pinjaman kepada pihak eksternal maupun pendanaan lewat investor karena perusahaan yang peduli terhadap lingkungan pada sosial masyarakat akan lebih dipercaya dengan citranya yang baik. *Shareholder* akan mempertimbangkan mengenai CSR dan etika bisnis perusahaan, sebelum mereka memutuskan untuk menanamkan modalnya.

3. *License to operate*

Perusahaan yang menjalankan CSR dapat mendorong pemerintah dan publik memberi izin atau kemudahan dalam melakukan aktivitas bisnis perusahaan. Karena perusahaan dianggap telah memenuhi standar operasi, kesesuaian norma-norma yang terdapat pada masyarakat dan kepedulian terhadap lingkungan luas sehingga perusahaan memperoleh legitimasi dari masyarakat sebagai timbal balik atas kebijakan perusahaan melakukan pengungkapan CSR.

4. *Risk management*

Manajemen resiko merupakan isu sentral bagi setiap perusahaan. Reputasi perusahaan yang dibangun bertahun-tahun bisa runtuh dalam sekejap oleh skandal korupsi, kecelakaan, karyawan, atau kerusakan lingkungan. Membangun budaya "*doing the right thing*" berguna bagi perusahaan dalam mengelola resiko-resiko bisnis. Perusahaan secara tidak langsung memperkecil resiko terkait isu-isu lingkungan dan sosial masyarakat dengan melakukan pengungkapan CSR."⁸

2.1.3.2 Langkah Memperoleh Bantuan *Corporate Social Responsibility*

Sebuah perusahaan dalam menjalankan program CSRnya tentu harus memiliki sasaran yang tepat guna dan memberi dampak positif bagi lingkungan sekitar perusahaan penyedia dana CSR. Menjalin kerjasama dengan perusahaan

⁸Anggusti, Martono. "*Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*". Bandung : Books Terrace & Library, 2010.

penyelenggara CSR, sebuah instansi harus melakukan beberapa langkah berikut ini.

Dalam buku panduan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, hal-hal yang harus ditegaskan dalam menjalin komunikasi dan kerja sama dengan perusahaan antara lain:

1. Program yang diajukan tidak akan menamabah beban pajak perusahaan, tetapi akan bekerja sama saling menguntungkan.
2. Program CSR yang ditawarkan menjadi alternatif penyaluran dana CSR yang sudah biasa dianggarkan oleh perusahaan. Dengan demikian tidak ada penambahan beban biaya, tapi justru memberi alternative lain supaya lebih berdaya guna dan berhasil guna buat masyarakat.
3. Membuat gambaran (desain besar) dari kegiatan yang diharapkan dapat didanai oleh program CSR.
4. Perusahaan pelaksana CSR akan mendapatkan komitmen manfaat sesuai tujuan dan sasaran program CSR mereka serta tidak melanggar peraturan perundang-undangan yang berlaku.
5. Mekanisme pelaksanaan kerjasama harus dirumuskan bersama.
6. Penerima program dana CSR hanya akan menerima *outcome* dari program yang dilaksanakan sehingga penerima program tidak akan menerima aliran dana tunai dari pihak perusahaan.
7. Proses pelaksanaan terutama pengadaan barang dan jasa terkait implementasi program CSR, akan mengikuti system dan prosedur

pengadaan diperusahaan kecuali pada aspek jaminan mutu yang akan dirasakan langsung oleh pihak penerima program CSR.

2.1.4 Pengertian Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Kebutuhan para *stakeholder* akan informasi atas kegiatan yang dilakukan perusahaan sangat diperlukan dalam laporan keuangan. Kebutuhan akan informasi tersebut mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan akan kegiatan perusahaan.

Menurut Nuswandari (2009)

“Pengungkapan (*disclosure*) merupakan penyediaan sejumlah informai yang dibutuhkan untuk mengoperasikan secara optimal bagi pasar modal yang efisien. Secara sederhana pengungkapan diartikan sebagai pengeluaran informasi yang disajikan dalam pelaporan keuangan.”⁹

Kegiatan CSR sebuah perusahaan menjadi salah satu informasi yang penting diungkapkan, hal ini akan menunjukkan seberapa besar kepedulian sebuah perusahaan akan lingkungan disekitar berdirinya perusahaan. Pengungkapan CSR dapat diartikan sebagai pengeluaran informasi atas kegiatan sosial perusahaan dalam pelaporan keuangan perusahaan.

2.1.5 Jenis Pengungkapan Perusahaan

Pengungkapan merupakan penyediaan informasi lebih dari apa yang disampaikan dalam bentuk laporan keuangan formal yang apat digunakan sebagai

⁹Nurwandari, Cahyani. 2009. “*Pengungkapan Pelaporan Keuangan dalam Perspektif Signaling Theory*”. Jurnal Kajian Akuntansi. Hal 48-57 Vol. 1 No 1, ISSN : 1979-4886

bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Pengungkapan terdiri atas dua jenis yakni pengungkapan wajib dan pengungkapan sukarela.

Menurut Chariri (2007) dalam Puspitaningtyas (2011), pengungkapan wajib adalah pengungkapan cukup yang dipaksakan kepada perusahaan sebagai bentuk intervensi pemerintah untuk mengatasi adanya potensi kegagalan pasar. Informasi yang diungkapkan dalam hal ini antara lain ikhtisar data keuangan penting, analisis dan pembahasan umum oleh manajemen, laporan keuangan yang telah diaudit, dan laporan manajemen.

Pengungkapan sukarela adalah pengungkapan yang melebihi dari pengungkapan yang ada berisi pilihan bebas manajemen untuk memberikan informasi akuntansi dan informasi lainnya yang dipandang relevan dalam pengambilan keputusan. Pengungkapan sukarela mencakup lingkungan, energy, kesehatan, dan keselamatan kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Prinsip kejujuran dalam pengungkapan mendorong perkembangan cakupan informasi akuntansi yang semakin luas dibanding akuntansi konvensional. Pengungkapan baru berdasarkan prinsip kejujuran antara lain:

1. Pelaporan nilai tambah
2. Pelaporan karyawan
3. Pelaporan akuntansi sosial
4. Pengungkapan informasi panganggaren
5. Pelaporan dan akuntansi aliran kas
6. Akuntansi SDM

Pengungkapan CSR saat ini belum menjadi kewajiban bagi perusahaan, sesuai dengan Peraturan Pemerintah No.47 tahun 2012 yang menyatakan “tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan perusahaan dan dipertanggung jawabkan kepada RUPS”. Peraturan ini belum secara tegas menyatakan bahwa pengungkapan CSR adalah sebuah keharusan.

2.1.6 Peraturan Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*

Pelaksanaan CSR perusahaan sendiri telah diatur dalam Undang-undang Nomor 76 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas, pada pasal 74 mengatakan:

1. Perseroan yang menjalankan usahanya di bidang dan/atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan di perhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajiban.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sendiri diatur dalam peraturan pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas pasal 6 yang menyatakan “Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan perusahaan dan dipertanggung jawabkan kepada RUPS”.

2.1.5.1 Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Acuan informasi laporan *corporate social responsibility* yang digunakan adalah *Sustainability Reporting Guidelines* (SRG), yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative*(GRI, 2011). GRI merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia. Pengungkapan *corporate social responsibility* berdasarkan GRI dibagi ke dalam tiga dimensi, yakni :

1. Dimensi Ekonomi

Dimensi ekonomi berkaitan dengan dampak organisasi terhadap keadaan ekonomi terhadap pemangku kepentingannya, dan terhadap sistem ekonomi di tingkat lokal, nasional, dan global. Kategori ekonomi menggambarkan arus modal diantara pemangku kepentingan yang berbeda, dan dampak ekonomi utama dari organisasi di seluruh lapisan masyarakat.

2. Dimensi Lingkungan

Dimensi lingkungan berkaitan dengan dampak organisasi pada sistem alam yang hidup dan tidak hidup, termasuk tanah, udara, air, dan ekosistem. Kategori lingkungan meliputi dampak yang terkait dengan *input* (seperti energi dan air) dan *output* (seperti emisi, efluen dan limbah). Termasuk juga keanekaragaman hayati, transportasi, dan dampak yang berkaitan dengan produk dan jasa, serta kepatuhan dan biaya lingkungan.

3. Dimensi Sosial

Dimensi keberlanjutan sosial membahas dampak yang dimiliki organisasi terhadap sistem sosial dimana organisasi beroperasi.

Indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berdasarkan standar GRI dalam G4, yaitu sebagai berikut:

- a. Indikator kinerja ekonomi (*Economic Indicator*)
- b. Indikator Kinerja Lingkungan (*Environmental Indicator*)
- c. Indikator Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja (*Labor Practices and Decent Work Indicator*)
- d. Indikator Hak Asasi Manusia (*Human Rights Indicator*)
- e. Indikator Masyarakat (*Society Indicator*)
- f. Indikator Tanggung Jawab atas Produk (*Product Responsibility Indicator*)

2.1.5.2 Prinsip-Prinsip Pelaporan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan pada *Environmental Resource Management* (www.erm.com) prinsip-prinsip pelaporan CSR sebagai berikut :

1. *Openes* (keterbukaan)

Perusahaan secara terbuka menyajikan laporan tanpa menutup-nutupi bagian-bagian yang dapat mengurangi kinerja manajemen atau melebih-lebihkan dari kinerja manajemen.

2. *Honestiy* (Kejujuran)

Perusahaan harus bersikap jujur dalam melaporkan setiap kegiatan yang terjadi sesuai dengan fakta yang ada.

3. *Transparency* (transparansi)

Perusahaan harus bersikap transparan terhadap prinsip dan nilai yang dianut sehingga tidak ada ketidak konsisten dalam penerapan prinsip dan nilai yang dianut.

4. *Accountability and stakeholder engagement* (akuntabilitas dan perjanjian *stakeholder*)

Penyajian laporan disusun berdasarkan pos-pos atau akun-akun yang ada walaupun tidak ada nilai financial tetapi dijelaskan secara rinci menggunakan uraian-uraian yang jelas dan terstruktur dengan baik.

5. *Building trust and reputation* (membangun kepercayaan dan reputasi)

Dalam laporan harus mengungkapkan apa yang ingin dicapai oleh perusahaan dan juga mengenai kegiatan perusahaan dalam usahanya untuk memberikan yang terbaik sesuai dengan kepentingan seluruh *stakeholder*.

6. *Competitive advantage* (keuntungan yang berkompetisi)

Laporan harus memperlihatkan nilai lebih mengenai pelaksanaan CSR dalam kegiatannya sehingga dapat memberikan nilai kompetisi yang tinggi dibandingkan dengan pesaingnya.

7. *Risk reduction* (pengurangan resiko)

Laporan menyajikan fakta-fakta dan hasil observasi yang memperlihatkan adanya penurunan resiko atau berkurangnya resiko dari penerapan CSR.

8. *Benchmarking*

Laporan yang dibuat harus dapat dibandingkan dengan laporan yang dibuat dengan perusahaan lain sehingga dapat dilakukan perbaikan-perbaikan bagi unsur-unsur laporan yang dianggap masih kurang.

2.1.7 Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Beberapa Faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR adalah sebagai berikut:

2.1.7.1 Profitabilitas

Menurut Amran dan Halomoan **menyatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari usahanya disini permasalahannya adalah keefektifan manajemen dalam menggunakan baik total aktiva maupun aktiva tetap.**¹⁰ Manajemen yang sadar dan memperhatikan masalah sosial juga akan menunjukkan kemampuan yang

¹⁰Amran dan Halomoan, **Analisis Laporan Keuangan**, Universitas HKBP Nommensen Medan, 2018, Hal. 131

diperlukan untuk menggerakkan kinerja keuangan perusahaan. Konsekuensinya, perusahaan yang mempunyai respon hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan variabel akuntansi seperti tingkat pengembalian investasi dan variabel pasar seperti *differential return* harga saham. Profitabilitas merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosialnya.

Return on asset (ROA) merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

Menurut Sahtia (2014 : 22),

“return on asset (ROA) adalah rasio yang dihitung dengan membagi laba dengan total aset perusahaan. Return on asset dinyatakan dalam persentase. Return On Asset (ROA) digunakan untuk mengukur seberapa efisien perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba.”¹¹

Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar *Return On Asset* (ROA) suatu perusahaan maka semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai dan semakin baik pula posisi perusahaan dari segi penggunaan aset dan itu menunjukkan bahwa perusahaan semakin produktif.

Menurut Sahtia (2014), **“tinggi rendahnya return on asset (ROA) tergantung pada pengelolaan aset perusahaan oleh manajemen yang menggambarkan efisiensi dari operasional perusahaan. Semakin tinggi ROA maka semakin efisien perusahaan mengelola asetnya dalam memperoleh laba.”¹²**

¹¹Sahtia, Mulia. 2014. “Pengaruh Return On Assets dan Debt Equity Ratio Terhadap Harga Saham Perbankan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Skripsi. Universitas Hasanuddin Makassar.

¹²Sahtia, Mulia, **Ibid.**

Rendahnya ROA dapat disebabkan oleh beberapa hal seperti, banyaknya aset perusahaan yang menganggur, persediaan terlalu banyak, kelebihan uang kertas, aktiva tetap beroperasi dibawah normal dan lain-lain.

ROA dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Profitabilitas} = \frac{\text{Net income}}{\text{total Asset}} \times 100\%$$

2.1.7.2 Size (Ukuran Perusahaan)

(Niresh and Velnampy : 2014). **“Ukuran perusahaan adalah jumlah dan variasi kapasitas produksi dan kemampuan yang dimiliki perusahaan atau jumlah dan variasi layanan yang dapat diberikan perusahaan secara bersamaan kepada pelanggannya.”**¹³Ukuran perusahaan (*Size*) merupakan salah satu variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan mengenai variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar perusahaan akan mempunyai biaya informasi yang lebih rendah dan memiliki kompleksitas yang lebih besar dibanding perusahaan kecil.

Ukuran perusahaan merupakan variabel independen yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan keuangan perusahaan. Perusahaan besar merupakan entitas bisnis yang banyak disoroti dalam pengungkapan CSR. Karena pengungkapan CSR yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis dalam bentuk wujud tanggung jawab sosial. Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Semakin besar

¹³Niresh, J Aloy, T Velnampy. 2014. “*Firm Size and Profitability*”. Jurnal of Busines and Management, Canadian Center of Science and Education. Vol.9. No 4; 2014 ISSN 1833-3850 E-ISSN 1833-8119.

ukuran suatu perusahaan maka semakinmendapat perhatian dari pasar maupun publik(Handayati, 2011). Berkaitan dengan teori keagenan dimana perusahaan besar akan mempunyai biaya keagenan yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil, sehingga perusahaan besar akan mengungkapkan informasi secara lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan (Kartika, 2010).

Dalam penelitian ini pengukuran ukuran perusahaan adalah dengan total aktiva. Karena menurut hasil penelitian Agustia dalam Rizki dan Suzan (2015:2) total aset perusahaan lebih stabil dibandingkan dengan total penjualan, dan total aset lebih relevan dibandingkan dengan nilai kapitalisasi pasar. Perusahaan yang berukuran besar memiliki basis pemegang kepentingan yang lebih luas, sehingga berbagai kebijakan perusahaan besar akan berdampak lebih besar terhadap kepentingan publik dibandingkan dengan perusahaan kecil.

2.1.7.3 *Leverage*

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat leverage yang tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan dengan tingkat leverage yang rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat leverage perusahaan, dengan demikian menggambarkan resiko keuangan perusahaan. Perusahaan dengan resiko keuangan lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya yang dikeluarkan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi.

Perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi akan membutuhkan pengungkapan yang lebih luas guna melaporkan laba dalam jumlah yang tinggi, biasanya dengan menggeser laba periode masa depan ke periode saat ini. Hal tersebut sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Scott dalam Fahrizqi (2011) yang menyatakan bahwa semakin tinggi leverage suatu perusahaan, maka akan dapat menyebabkan perusahaan tersebut mengalami banyak pelanggaran terhadap kontrak utang, sehingga manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Perusahaan yang memiliki rasio leverage tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

$$Leverage = \frac{\text{total utang}}{\text{total ekuitas}} \times 100\%$$

2.1.6 Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris adalah jumlah seluruh anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan. Namun pada kenyataannya pemisahan wewenang ini justru akan menimbulkan konflik keagenan. Seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban, atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengandalkan perusahaan.

Dewan komisaris adalah stakeholder dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan

apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan. Dewan komisaris merupakan wakil dari prinsipal di perusahaan. Dewan komisaris berwenang mengawasi dan memberikan petunjuk mengenai pengelola perusahaan. Dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan CSR. Semakin banyak dewan komisaris dalam suatu perusahaan, maka akan semakin besar power untuk menekan manajer mengungkapkan informasi sosial.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu telah dilakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR diantaranya dilakukan oleh Tovani (2015). Penelitian ini menggunakan variabel *Size*, *leverage*, solvabilitas, provitabilitas dan independensi auditor sebagai variabel bebas dan Pengungkapan CSR sebagai variabel terikat. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap CSR.

Penelitian Ariningtyas (2014) menunjukkan bahwa hanya ukuran komisaris yang memiliki hubungan dengan pengungkapan CSR, sementara variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, *laverage*, ukuran dewan komisaris tidak memiliki hubungan terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2011-2012.

Penelitian CSR juga telah dilakukan Husainey (2011), penelitian ini menggunakan Ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, struktur kepemilikan

sebagai variabel indeviden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya profitabilitas yang memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

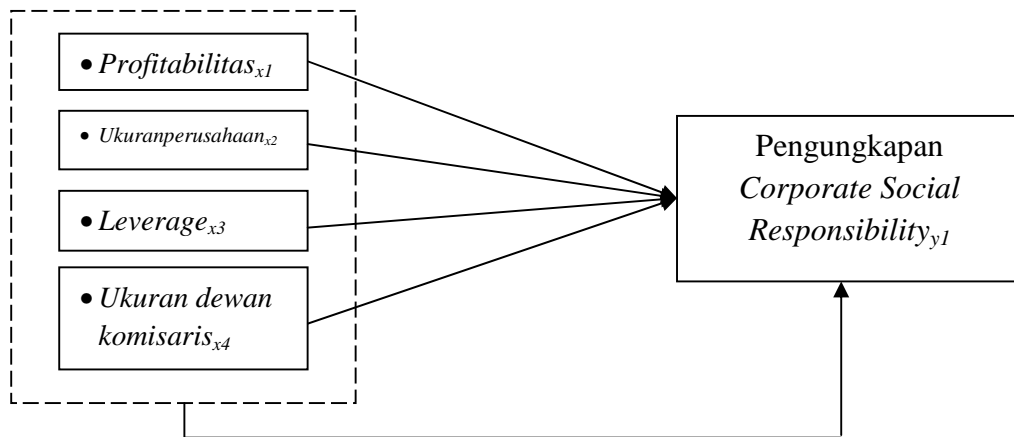
Berikut ringkasan penelitian berkaitan dengan pengungkapan *Corporate Social responsibility* (CSR) secara ringkas antara lain sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Arbi Tovani (2015)	Variabel dependen : <i>Size</i> , leverage, Solvabilitas, profitabilitas, independensi auditor, Variabel Independen : Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Penelitian Ini menunjukkan bahwa <i>Size</i> , leverage, solvabilitas, profitabilitas, independensi auditor pada perusahaan perbankan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>corporate social responsibility</i>
2	Saphira Evani Ariningtyas (2014)	Variabel dependen : ukuran komisaris, <i>Size</i> , ukuran perusahaan, Leverage, Profit, dan Profitabilitas, Variabel independen : Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> (CSR).	Penelitian menunjukkan bahwa ukuran komisaris berpengaruh positif terhadap CSRD. Sedangkan <i>size</i> , kepemilikan menejerial, leverage, profil, dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap CSRD
3	Nursiam dan Rina Gemita Sari (2013)	Variabel Dependen : <i>Size</i> , Leverage, profitabilitas, Umur perusahaan, likuiditas Variabel Independen : Pengungkapan <i>Corporate Social responsibility</i> (CSR)	Penelitian ini enunjukkan bahwa leverage san <i>size</i> mempengaruhi pengungkapan CSR, sedangkan variabel Profitabilitas, umur perusahaan, dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
4	Khaled Hussain ey (2011)	Variabel dependen : ukuran perusahaan, profitabilitaas, likuiditas, struktur kepemilikan, Variabel Independen : tingkat pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Penelitian menunjukkan bahwa hanya Profitabilitas yang memiliki poengaruh terhadap pengungkapan CSR.
5	Artturi Roitto (2013)	Variabel independen : sensitivitas industri, ukuran perusahaan, pengungkapan media, kepemilikan institusional, profitabilitas, leverage, likuiditas, jenis kelamin, umur, independensi, Variabel dependen : <i>Corporate Social Responsibility disclosure ratings</i> .	Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel umur perusahaan dan profitabilitas yang memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR,

2.3 Kerangka Berpikir

Penelitian ini mencoba untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan *Corporate Social Disclosure*. Adapun faktor yang mempengaruhi pengungkapan dalam penelitian ini adalah *Size*, *Profitabilitas*, *Leverage*, dan *Kepemilikan Manajerial*. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini akan dijelaskan dalam gambar berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Pertanggung jawaban sosial perusahaan diungkapkan antara lain di dalam laporan keuangan yang disebut *Sustainability Reporting* (laporan keberlanjutan). CSR dapat menjadi berkelanjutan apabila program yang dibuat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada di dalam perusahaan itu sendiri. Tentunya tanpa adanya komitmen dan dukungan dengan penuh antusias dari karyawan akan menjadikan program-program tersebut bagaikan program penebusan dosa dari pemegang saham belaka.

Dengan melibatkan karyawan secara intensif maka nilai dari program-program tersebut akan memberikan arti tersendiri yang sangat besar bagi perusahaan.

Tujuan utama dari perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan, dimana nilai perusahaan menggambarkan besar kecilnya ukuran suatu perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan apabila perusahaan memerhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan disekitar perusahaan. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan CSR, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati oleh investor. Pelaksanaan CSR juga akan mengurangi kemungkinan masalah sosial di kemudian hari.

2.1.4 Hubungan Variabel Independen dan Variabel Dependen

2.4.1.1 Hubungan Profitabilitas dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Karina (2013)

“profitabilitas merupakan faktor yang dapat membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham. Seiring dengan meningkatnya profitabilitas sebuah perusahaan maka semakin besar

pula kemampuan perusahaan dalam membiayai kegiatan sosial perusahaan tersebut.”¹⁴

Dengan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan akan mampu lebih *profitabel*. Semakin banyak kegiatan sosial yang dilaksanakan perusahaan diharapkan mampu meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Kegiatan sosial yang semakin luas tentu menuntut perusahaan untuk mengungkapkan lebih banyak informasi tanggungjawab sosial yang dilakukan perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

2.4.1.2 Hubungan Ukuran Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kegiatan CSR. Semakin besar ukuran sebuah perusahaan akan mempekerjakan lebih banyak tenaga kerja, dimana tenaga kerja merupakan salah satu stakeholder yang kesejahteraannya wajib untuk di perhatikan oleh perusahaan. Program-program yang berkaitan dengan kesejahteraan tenaga kerja tentu akan lebih banyak dilakukan oleh perusahaan, hal ini merupakan bagian dari Corporate Social Responsibility. Semakin banyaknya program CSR berkaitan dengan aktivitas

¹⁴Karina, Lovink Angel Dwi. 2013. “*Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR*”. Diponegoro journal of accounting ISSN: 2337-3806. Universitas Diponegoro.

yang dilakukan perusahaan maka akan semakin banyak pula informasi CSR yang harus diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan Tahunan.

Ukuran perusahaan diproksikan dengan total aktiva sebagai variabel independen. Maka berdasarkan uraian diatas peneliti mengajukan hipotesis:

H1 : Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Pengungkapan CSR

2.4.1.3 Hubungan Leverage dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Beberapa penelitian menemukan adanya hubungan antara Leverage dengan pengungkapan CSR. Perusahaan dengan *leverage* yang besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi untuk memperkecil biaya modal dengan memperkecil biaya keagenan. Purushothaman *et al* (2000) dalam Roitto (2013) **“Perusahaan dengan leverage yang tinggi memiliki hubungan yang lebih dekat dengan kreditornya, sehingga akan memperkecil keinginan untuk mengungkapkan informasi CSR.”**¹⁵Nawaiseh (2015) **“Leverage yang besar akan meningkatkan pengungkapan tanggungjawab sosial sehingga akan memperkecil obligasi yang diungkapkan.”**¹⁶

Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti mengajukan Hipotesis sebagai berikut:

H3 : *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

¹⁵Roitto, Artturi. 2013. *“Factor Effecting Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings: An Empirical Study Of Finnish listed Companies”*. Thesis. University of Oulo.

¹⁶Nawaiseh, Mohammad Ebrahim. 2015. *“Do Firm Size and Financial Performance Affect Corporate Social Responsibility Disclosure: Employees, and Environmental Dimensions?”*. American journal of applied sciences, 12(12): 967.981.

2.4.1.4 Hubungan Dewan Komisaris dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran dewan komisaris menggunakan jumlah anggota dewan komisaris. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi, yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya, sehingga kebanyakan penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara dewan komisaris dengan tingkat pengungkapan informasi oleh perusahaan.

H4 : Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

H5: Profitabilitas, ukuran perusahaan, *Leverage* dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2018 dengan mengakses situs www.idx.co.id.

3.2 Populasi Dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiono bahwa :

“Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”¹⁷

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang ada di Bursa Efek Indonesia yang berjumlah 39 perusahaan 2016-2018.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah cara pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Dari kriteria-kriteria yang digunakan didapat sampel sebanyak 39

¹⁷Sugiono, **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**, Cetakan ke-8 Alfabeta, Bandung, 2018, Hal. 80

perusahaan dari jumlah populasi sebanyak 117 perusahaan manufaktur sektor industri dan kimia periode 2016-2018 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Kriteria pemilihan sampel yang akan diteliti ditentukan dari tersediannya seluruh data-data yang akan diperlukan sebagai variabel dependen maupun variabel independen.

Ada pun kriteria penelitian ini sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sektor industri dan kimia yang mempublikasikan *annual report* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan tahun periode 2016-2018.
3. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian tahun 2016-2018.

Tabel 3.1
Kode daftar sampel perusahaan

No	Perusahaan	Nama Perusahaan
1	AKPI	PT.(Argha Karya Prima Industri Tbk)
2	ALKA	PT. (Alaska Industrindo Tbk)
3	ALDO	PT. Alkindo Naratama Tbk
4	AMFG	PT. (Asahimas Flat Glas Tbk)
5	ARNA	PT. Arwana Citra Mulia Tbk
6	BRPT	PT. Barito Pacific Tbk
7	CPIN	PT. Charoen Pokhpand Indonesia Tbk
8	BRNA	PT. (Berlina Tbk)
9	SMBGR	PT. Semen Indonesia Tbk
10	BTON	PT. Beton Jaya Manunggal Tbk
11	ALMI	PT. Alumindo Light Metal Industry Tbk
12	CTBN	PT. Citra Turbindo Tbk
13	DPNS	PT. Duta Pertiwi Indonesia Tbk
14	EKAD	PT. Ekadharma International Tbk

15	PICO	PT. Pelangi Indah Canindo Tbk
16	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
17	ETWA	PT. Eterindo Wahanatama Tbk
18	FASW	PT. Fajar Surya Wisesa Tbk
19	IGAR	PT. Chamopion Pacific Indonesia Tbk
20	INAI	PT. Indah Aluminium Industry Tbk
21	INCI	PT. Intan Wijaya International Tbk
22	LION	PT. Lion Metakl Works Tbk
23	INRU	PT. Top Pulp Lestari Tbk
24	INTP	PT. Indocement Tunggal Prakasa Tbk
25	LSMH	PT. Lionmesh Prima Tbk
26	IPOL	PT. Indopoly Swakarsa Industry Tbk
27	JKSW	PT. Jakarta Kyoei Steel Tbk
28	JPFA	PT.Japta Commfeed Indonesia Tbk
29	KBRI	PT.Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk
30	MAIN	PT.Malindo Feedmill Tbk
31	PICO	PT.Pelangi Indah Canindo Tbk
32	MLIA	PT.Mulia Industrindo Tbk
33	NIKL	PT.Pelat Timah Nusantara Tbk
34	TOTO	PT.Surya Toto International Tbk
35	UNIC	PT.Unggul Indah Cahaya Tbk
36	SRSN	PT.Indo Acitama Tbk
37	BRPT	PT.Barito Pasific Tbk
38	BUDI	PT.Budi Acid Jaya Tbk
39	TRST	PT. Trias Sentosa Tbk

3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional

3.3.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen, variabel independen.

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah pengungkapan CSR (Y).

2. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Penelitian ini menggunakan variabel Profitabilitas(X1), Ukuran Perusahaan (X2), *leverage*(X3), dan Ukuran Dewan Komisaris (X4).

3.3.2 Defenisi OperasionalS

3.3.2.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah implementasi dari *corporate social responsibility*. CSR menggunakan kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional. Dalam melakukan pengukuran *corporate social responsibility*(CSR) akan menggunakan Corporate Social Disclosure Index (CSDI). Informasi mengenai Corporate Social Disclosure Index (CSDI) didapat berdasarkan GRI.

Perhitungan indeks CSDI dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian yang diungkapkan oleh perusahaan diberikan nilai 1 dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya skor dari keseluruhan item dijumlahkan untuk

memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSDI adalah sebagai berikut :

$$CSDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Dimana :

CSDI_j : *Corporate Social Disclosure Index* perusahaan j

N_j : jumlah item untuk perusahaan j, n_j= 79

X_{ij} : 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan

3.3.2.2 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas perusahaan diukur dengan cara menghitung *Return On Assets* (ROA). *Return on asset* merupakan kemampuan aset perusahaan dalam menghasilkan laba.

$$ROA = \frac{\text{Net income}}{\text{total Asset}}$$

3.3.2.3 Ukuran Perusahaan (*CompanySize*)

Ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaandalam penelitian ini merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang terlihat dalam nilai total asset perusahaan pada neraca akhir tahun yang diukur dengan *Logaritma Natural* (Ln).

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

3.3.2.4 Leverage

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai asset perusahaan. Skala pengukuran untuk leverage adalah rasio. Leverage yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio hutang terhadap modal sendiri.

$$\text{DER} = \text{Total Hutang} / \text{Total ekuitas}$$

3.3.2.5 Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris yang dimaksud disini adalah banyaknya jumlah anggota yang menduduki jabatan sebagai komisaris di dalam suatu perusahaan. Ukuran dewan komisaris dalam penelitian ini searah dengan pendapat Sembiring (2005) yaitu dilihat dari banyaknya jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan adalah:

$$\text{DK} = \sum \text{Dewan Komisaris dalam perusahaan}$$

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	Profitabilitas (X1)	Kemampuan aset perusahaan menghasilkan laba. $ROA = \frac{Net\ Income}{Total\ ASsets}$	Rasio
2	Ukuran perusahaan (X2)	<i>Logaritma Natural</i> (Total Assets)	Rasio
3	Leverage (X3)	Perbandingan Total Hutang Perusahaan dengan total ekuitas $DER = \frac{Total\ Hutang}{Total\ Ekuitas}$	Rasio
4	Ukuran Dewan Komisaris (X4)	Jumlah anggota dewan komisaris	Rasio
5	<i>Pengungkapan Corporate Social Responsibility</i> (Y)	Penjumlahan setiap item informasi CSR yang diaporkan dalam <i>Corporate Social Disclosure Index</i> (CSDI). $CSDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$	Rasio

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan metode studi dokumentasi, yaitu dengan mempelajari, mengklasifikasikan, dan menganalisis data sekunder yang terkait dengan lingkup penelitian ini. Metode pengumpulan data dalam penelitian dilakukan melalui dua tahap yaitu:

1. Tahap pertama, dilakukan melalui studi pustaka yakni pengumpulan data pendukung berupa literatur, jurnal, penelitian terdahulu, dan laporan-laporan yang dipublikasikan untuk mendapat gambaran dari masalah yang akan diteliti.
2. Tahap kedua, dilakukan melalui pengumpulan data sekunder melalui fasilitas internet dengan mengakses situs resmi yang berisi laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur maupun ringkasan laporan keuangan yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia 2016-2018.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain data sekunder umumnya beberapa bukti, catatan atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip atau dokumenter yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Data sekunder dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Yang berupa laporan keuangan pada tahun 2016, 2017, 2018.

Sumber data penelitian ini diperoleh melalui laporan yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia melalui www.idx.co.id.

3.5.1 Statistik Deskriptif

Sugiono (2018), **memaparkan defenisi deskriptif sebagai suatu metode rumusan masalah yang bekenan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada suatu variabel atau lebih variabel yang berdiri sendiri.**¹⁸ Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai maksimum dan minimum. Analisis statistik deskriptif ditujukan untuk memberikan gambaran atau deskripsi data dari variabel dependen yaitu pengungkapan CSR serta variabel independen yaitu Profitabilitas, Ukuran perusahaan, *Leverage*, dan Dewan komisaris.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian Normalitas dilakukan dengan melihat nilai *2-tailed significant*. Jika data memiliki tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5% sehingga data dikatakan berdistribusi normal. Dalam penelitian ini untuk melihat normalitas data menggunakan uji Kolmogorof-Smirnof.

3.5.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka terjadi masalah multikolinieritas. Multikolinieritas dapat dilihat dengan menggunakan dua cara yaitu

¹⁸Sugiono, *ibid*, Hal. 35

menghitung *variance inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *tolerance* mengukur variabel bebas terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Variance inflation factor* (VIF) dihitung dengan rumus $VIF = 1/Tolerance$. Nilai *cutoff* yang digunakan pada penelitian ini untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$.

3.5.2.3 Uji Autokorelasi

- i) Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) dalam model regresi linier. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi, Ghozali (2013:110).

Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi dapat dengan menggunakan nilai *Durbin Watson* (DW). hasil perhitungan *Durbin Watson* (d) dibandingkan dengan d_{tabel} pada $\alpha = 0,05$. Tabel d memiliki dua nilai, yaitu nilai batas atas (d_U) dan nilai batas bawah (d_L) untuk berbagai nilai n dan k .

Jika $d < d_L$; terjadi autokorelasi positif

$d > 4 - d_L$; terjadi Autokorelasi negative

$d_U < d < 4 - d_U$; tidak terjadi autokorelasi

$d_L \leq d \leq d_U$ atau $4 - d_U \leq d \leq 4 - d_L$; pengujian tidak meyakinkan.

3.5.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara Uji Glejser yang meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. jika probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

3.5.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, yaitu dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi integritaslaporan keuangan. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 +$$

Keterangan:

Y	= Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>
	= Konstanta
b_1, b_2, b_3, b_4	= Koefisien regresi
X1	= <i>Size</i>
X2	= Profitabilitas
X3	= <i>Leverage</i>
X4	= Ukuran Dewan Komisaris
	= error

3.5.4 Pengujian Hipotesis

3.5.4.1 Pengujian Parsial (Uji t)

Uji Parsial digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Kriteria yang digunakan dalam menerima atau menolak hipotesis adalah :

- a. H_a diterima atau H_0 ditolak apabila $|t_{hitung}| > |t_{tabel}|$, pada $\alpha = 5\%$ atau tingkat signifikan $< 0,05$.
- b. H_a ditolak atau H_0 diterima apabila $|t_{hitung}| < |t_{tabel}|$, pada $\alpha = 5\%$ atau tingkat signifikan $< 0,05$.

3.5.4.2 Pengujian Simultan (Uji F)

Pada penelitian ini menggunakan uji statistik F dalam pengujian hipotesis. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen/terikat. Pengujian ini juga dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 0,05$). Ketentuan penolakan dan penerimaan hipotesis dalam pengujian simultan ini adalah:

1. Jika signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak. Ini berarti bahwa variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Jika signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis diterima. ini berarti bahwa variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Kemampuan aset perusahaan menghasilkan laba.