

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era Globalisasi ini, suatu perusahaan tidak semata hanya peduli dengan kualitas produk, tingkat keuntungan atau deviden yang diperoleh, melainkan perusahaan yang baik adalah perusahaan yang juga harus menimbang dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari setiap keputusan serta bertanggung jawab atas lingkungan sekitarnya baik terhadap manusia ataupun alam. Kepedulian tersebut dapat ditunjukkan dengan adanya tindakan melalui program pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dimana program ini menjelaskan suatu perusahaan yang memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan, konsumen, karyawan, komunitas, pemegang saham, dan seluruh aspek dalam kegiatan operasional suatu perusahaan.

Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial ketika menghasilkan dan menjual produknya karena Suatu perusahaan memang tidak dapat dipisahkan dari tanggung jawabnya terhadap sosial dan lingkungan. Tanggung jawab sosial ini merupakan suatu pengakuan bahwa dunia bisnis harus memikirkan dimensi-dimensi kualitatif dari pelanggan, karyawan, dan manfaat sosial sekaligus pada ukuran-ukuran kuantitatif dari penjualan dan laba. komitmen perusahaan untuk ikut berpartisipasi dalam pembangunan sosial ekonomi akan membentuk suatu hubungan yang harmonis antara perusahaan dan lingkungan sekitarnya, serta dapat membantu dalam mengatasi dan mencegah terjadinya pencemaran yang

dilakukan perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Di Indonesia, praktik CSR telah mendapat perhatian yang cukup besar. Hal ini dilatarbelakangi oleh berbagai kasus yang terjadi

Seperti yang kita tahu bahwa banyak masalah lingkungan yang terjadi khususnya di Indonesia yaitu terjadinya pencemaran minyak di perairan Karawang, kebakaran hutan di Riau, polusi yang disebabkan banyaknya kawasan industri. Seperti yang kita tahu bahwa banyak masalah lingkungan yang terjadi khususnya di Indonesia yaitu penggundulan hutan secara terus menerus yang mengakibatkan banjir dan berdampak pada kesehatan masyarakat. Dalam hal ini banyak masyarakat yang dirugikan karena sumber daya alam dan jasa lingkungan merupakan asset yang menghasilkan arus barang dan jasa, baik yang dapat dikonsumsi langsung maupun tidak. Sumber daya alam seperti air, lahan, udara, hutan dan lain-lain merupakan sumber daya yang esensial bagi kelangsungan hidup manusia.

Kerusakan atau kehilangan sumber daya alam tersebut akan mempengaruhi kelangsungan hidup manusia. dan dari setiap peristiwa yang terjadi menunjukkan bahwa tanggung jawab yang dilakukan perusahaan masih lemah dimana bisnis memperoleh laba dari kegiatan operasinya untuk mempertahankan ekstensinya dan keinginan untuk terus berkembang dalam jangka panjang. Terdapat pandangan yang berbeda dari pelaku bisnis tentang bagaimana perusahaan memperoleh dan menggunakan laba. Beberapa perusahaan secara agresif memaksimalkan labanya dengan menghalalkan segala cara dan tidak memusatkan perhatian pada hal-hal lain termasuk bagaimana dampak terhadap

lingkungan. Oleh karena itu masyarakat perlu mengetahui sejauh mana perusahaan sudah merealisasikan tanggungjawab sosial nya. Perusahaan yang ada di Indonesia telah mengalami banyak perkembangan usaha, maka dampak sosial yang ditimbulkan masing-masing perusahaan pun akan lebih besar.

Di Indonesia praktik pengungkapan tanggung jawab sosial diatur oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) , dalam pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 1998) paragraph 9 secara implisit menyarankan agar mengungkapkan tanggung jawab sosial dan masalah lingkungan.

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (value added statement) , khususnya bagi industry dimana factor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting bagi perusahaan yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”¹

Dari pernyataan diatas maka telah terlihat bahwa kepedulian Akuntansi akan masalah masalah lingkungan sosial merupakan bentuk pertanggungjawaban sosial perusahaan. Secara umum *Corporate Social Responsibility* juga dapat diartikan sebagai suatu mekanisme perusahaan untuk secara sadar mengintegrasikan sebuah perhatian terhadap lingkungan sosial ke dalam operasi dan interaksinya dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*). Maka melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang merupakan bagian dari akuntansi pertanggungjawaban sosial akan mengkomunikasikan informasi sosial kepada *stakeholders*.

¹ Ikatan Akuntan Indonesia, **Standar Akuntansi Keuangan: PSAK No.1 Revisi 1998.** Paragraph 9 Hal 13

Secara umum Dalam hal ini akuntansi sebagai alat pertanggungjawaban sosial mempunyai fungsi sebagai alat kendali perusahaan terhadap aktivitas suatu unit usaha. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan peranan penting bagi perusahaan karena perusahaan berada di tengah-tengah masyarakat, dimana aktivitas-aktivitas yang dilakukan perusahaan akan berdampak pada lingkungan dan masyarakat sekitar. Dampak dari aktivitas-aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan tersebut berbeda-beda tergantung pada jenis atau karakteristik perusahaan tersebut. (Lang and Lundholm, 1993) dalam Ervina (2017) menyatakan bahwa **“Karakteristik perusahaan dapat menjelaskan variasi luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan, karakteristik perusahaan merupakan prediktor kualitas pengungkapan.”**²

Karakteristik perusahaan sebagai factor yang diduga memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Karakteristik perusahaan dapat berupa pertumbuhan perusahaan, leverage, kepemilikan manajemen, profitabilitas, ukuran perusahaan, basis perusahaan, jenis industri, serta profil dan karakteristik perusahaan lainnya. Dalam penelitian ini karakteristik perusahaan yang digunakan adalah kepemilikan manajemen, ukuran perusahaan (*size*), dan profitabilitas. Dimana kepemilikan manajemen merupakan besaran proporsi saham biasa yang dimiliki oleh manajemen, ukuran perusahaan adalah skala perusahaan yang dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun, dan profitabilitas suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat di terima.

² Ervina, Skripsi, **Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris pada perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2014)**, Universitas Lampung, 2017, Hal 4

Beberapa penelitian terdahulu mengenai karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR menunjukkan adanya perbedaan hasil Penelitian Hardina Rosmaita (2007) yaitu adanya pengaruh signifikan antara kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), menyatakan bahwa kepemilikan manajemen yang besar akan sangat berpengaruh dan berdampak pada keputusan manajemen yang akan diambil. Semakin besar kepemilikan manajemen dalam perusahaan akan sangat berpengaruh atau berdampak kepada keputusan manajemen yang menyebabkan tekanan terhadap pihak manajemen untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan secara lebih luas. Sedangkan hasil penelitian Sri Utami Sawitri dan Dwi Prastiti (2011) yang menjelaskan bahwa kepemilikan manajemen tidak berpengaruh signifikan pada pengungkapan tanggungjawab sosial. Peneliti terdahulu Nurjanah dan Jurica (2013) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Gusti dan Ardani (2015) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Tetapi hasil penelitian oleh Ahmad Kamil, Antonius Herusetya (2012) menunjukkan variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap CSR. Ketidakkonsistenan hasil ini juga terjadi pada Penelitian terdahulu oleh Evans Manurung dan Dul Muid (2015), yang menunjukkan bahwa factor *profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, dimana hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizkia Anggita Sari (2012) yang menemukan adanya pengaruh positif antar profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Dan penelitian yang dilakukan oleh Gusti Ayu Putu Wiwik Sriayu dan Ni

Putu Sri Harta Mimba (2013) yang menunjukkan bahwa factor profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Dampak yang ditimbulkan dari kegiatan perusahaan berbeda-beda meskipun memiliki jenis usaha yang sama sehingga berpengaruh terhadap CSR yang dilakukan perusahaan. Terdapatnya perbedaan *Corporate social responsibility disclosure* (CSRD) dikarenakan karakteristik perusahaan yang berbeda-beda. Praktik CSR ini telah banyak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia, khususnya pada perusahaan Manufaktur. Objek yang dipilih dalam penelitian ini di focus kan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, karena perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang paling banyak berinteraksi dengan lingkungan sekitar dan banyak memberikan dampak akibat aktivitas-aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya .

Penelitian ini menggunakan periode pengamatan dari tahun 2015 sampai 2018 dengan alasan bahwa pada periode tahun tersebut masih ada beberapa perusahaan manufaktur yang mengalami masalah dengan lingkungan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar perusahaan beroperasi. Penelitian ini merupakan replikasi penelitian yang dilakukan Ervina (2017) perbedaan dengan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang adalah pada penelitian terdahulu menggunakan perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014. Sedangkan untuk penelitian sekarang menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2018.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis akan melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018”** untuk mengetahui apakah kepemilikan manajemen , ukuran perusahaan, dan *profitabilitas* mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social Responsibility (CSR)* dalam laporan tahunan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

I.2 Rumusan dan Batasan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kepemilikan Manajemen berpengaruh terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh terhadap pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan?
3. Apakah *profitabilitas* berpengaruh terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan?

1.2.2 Batasan Masalah

Penelitian ini hanya untuk mengetahui pengaruh karakteristik perusahaan (kepemilikan manajemen, ukuran perusahaan, dan profitabilitas) terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman. Hanya perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2018 saja yang menjadi ruang lingkup penelitian.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui apakah kepemilikan Manajemen memiliki pengaruh terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan?
2. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan (*size*) memiliki pengaruh terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan?
3. Untuk mengetahui apakah profitabilitas perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan?

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat baik untuk pembaca, dan peneliti. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut .

a. Manfaat Teoritis

Memberikan sumbangan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang akuntansi yang berkaitan dengan pertanggung jawaban sosial perusahaan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sebagai bahan referensi untuk peneliti selanjutnya.

b. Manfaat praktis

1. Pembaca

Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai sarana untuk menambah wawasan mengenai tanggungjawab sosial perusahaan

2. Peneliti

Hasil penelitian berguna untuk menambah pengetahuan dan menjadi wahana dalam menerapkan ilmu yang di pelajari khususnya mengenai akuntansi

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi (*Legitimasi Theory*)

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat. Dalam teori legitimasi tersebut perusahaan berusaha agar mampu menyesuaikan keadaan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dimasyarakat sehingga perusahaan dalam melakukan aktivitasnya dapat diterima dilingkungan eksternal. Oleh karena itu perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan tersebut menjalankan setiap aktivitasnya.

Nurul Kusuma Wardani menyatakan bahwa **“Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun nonfisik”**³

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Pengungkapan tanggung jawab sosial tidak dapat dipisahkan dari teori *stakeholder* dan teori legitimasi. Legitimasi dianggap menjadi hal yang penting bagi perusahaan karenakan legitimasi masyarakat

³ Nurul Kusuma Wardani, Skripsi, **Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011)** : Universitas Diponegoro, Semarang, 2013, Hal 12

kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan untuk kedepannya.

Legitimasi suatu perusahaan dapat ditingkatkan melalui *corporate social responsibility disclosure*. pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ini sangat diperlukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat agar tidak terjadi konflik sosial lingkungan. Selain itu, praktik pengungkapan tanggung jawab sosial ini pada suatu perusahaan dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan perusahaan.

Teori legitimasi menganjurkan suatu perusahaan agar meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan untuk menggambarkan suatu kesan dan tanggungjawab sosial lingkungan, sehingga perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Dengan demikian diharapkan agar dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan, sehingga laba perusahaan dapat meningkat. Hal tersebut akan mendorong ataupun membantu para investor dalam melakukan pengambilan keputusan pada perusahaan.

2.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.2.1 Defenisi pengungkapan (*Disclosure*)

Hendriksen dan Breda (2002) dalam Rendro Widyatmoko (2011) menyatakan **bahwa “Pengungkapan didefinisikan sebagai penyediaan atau penyampaian informasi keuangan tentang suatu perusahaan di dalam**

laporan keuangan dan biasanya berupa laporan tahunan” ⁴Bila dikaitkan dengan pengungkapan informasi, *disclosure* mengandung pengertian bahwa pengungkapan informasi tersebut harus memberikan penjelasan yang cukup dan bisa mewakili keadaan yang sebenarnya dalam perusahaan. Dengan demikian, informasi harus lengkap, jelas, akurat, dan dapat dipercaya dengan mencitrakan kondisi yang sedang dialami perusahaan, baik informasi keuangan maupun non-keuangan, sehingga tidak ada pihak yang akan dirugikan.

Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh statemen keuangan. Di sisi lain, pengungkapan sering juga memaknai sebagai penyediaan informasi lebih dari apa yang dapat disampaikan dalam bentuk statemen keuangan formal. pengungkapan berarti menyampaikan informasi dalam laporan keuangan, termasuk laporan keuangan itu sendiri, catatan atas laporan keuangan, dan pengungkapan tambahan yang berkaitan dengan laporan keuangan. Pengungkapan dalam laporan keuangan merupakan penyajian informasi yang diperlukan untuk operasi optimal pasar modal yang efisien. Ini secara tidak langsung berarti bahwa informasi yang memadai harus disajikan untuk memungkinkan dilakukannya prediksi mengenai tren dividen di masa yang akan datang dan variabilitasnya serta kovaribialitas hasil pengembalian di masa depan. Tekanannya harus diarahkan pada preferensi-preferensi para investor yang

⁴ Rendro Widyatmoko, Skripsi, **Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Laporan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia):** Universitas Diponegoro, Semarang, 2011, Hal

canggih dan para analisis keuangan. Berapa banyak informasi tersebut harus diungkapkan tidak hanya tergantung pada keahlian pembaca, akan tetapi juga standar yang dibutuhkan.

2.2.2 Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility merupakan suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab terhadap *social* maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan. *Corporate social responsibility* adalah sebuah fenomena dan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder*-nya.

Stephen P. Robbins dan Marry Coulter menyatakan bahwa **“Tanggung jawab sosial sebagai niatan bisnis melampaui kewajiban hukum dan ekonominya, untuk melakukan hal yang benar dan bertidak dengan cara baik bagi masyarakat”**⁵. Organisasi yang bertanggung jawab secara sosial mempunyai pandangan yang berbeda. Organisasi ini melampaui apa yang wajib dilakukan atau dipilih untuk dilakukan karena kebutuhan sosial populer dan melakukan apa yang perlu dilakukan untuk membantu mengembangkan masyarakat karena itu merupakan hal yang benar untuk dilakukan.

Tanggung jawab sosial dan etika perusahaan di Indonesia sebenarnya tidak perlu diragukan. Hal ini terbukti dari keterlibatan perusahaan, baik langsung maupun melalui jalur pemerintahan atau badan-badan sosial dalam mengatasi

⁵ Stephen P Robbins dan Mary Coulter, **Manajemen**, Edisi ketigabelas ,Erlangga, Jakarta,2016,Hal 161

penyakit sosial, seperti : mensponsori kegiatan olahraga, pembersihan polusi dan air limbah, membantu korban bencana alam, mendirikan sarana pendidikan, kesehatan, membantu atau melaksanakan kegiatan keagamaan. Bahkan kita memiliki UU.No.4 Tahun 1982 tentang Ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup berdasarkan kebijaksanaan nasional yang terpadu dan menyeluruh. UU ini kemudian diubah dan dituangkan dalam UU No. 23 tahun 1997 dengan topik yang sama.

Namun kita tetap tidak dapat menutup mata terhadap ulah sebagian perusahaan yang merugikan kepentingan sosial seperti, perusakan hutan, lingkungan, jaminan palsu, kualitas produk yang tidak benar, barang kadaluwarsa, kekurangan informasi tentang produk, penipuan-penipuan lain, kebisingan, keracunan dan produk yang merusak kesehatan. Kadang kita malu melihat situasi kita yang diaulat sebagai sistem yang terbaik ternyata kurang memperhatikan etika dan tanggung jawab sosial sebagaimana yang dijaga dan dimiliki oleh sistem kapitalis bahkan sosialis sekalipun. Ada beberapa defenisi tentang CSR yang menunjukkan keragaman pengertian *dari Corporate Social Responsibility*.

Menurut Draft 3 ISO 2600, 2007, *guidance on social responsibility*, dalam Angling Mahatma Pian KS (2010) mendefinisikan :

“CSR adalah tanggung jawab dari suatu organisasi untuk dampak–dampak dari keputusan-keputusan dan aktivitas di masyarakat dan lingkungan melalui transparansi dan perilaku etis yang konsisten dengan perkembangan berkelanjutan dan kesejahteraan dari masyarakat pertimbangkan harapan *stakeholders* sesuai dengan ketentuan hukum yang bisa diterapkan dan norma-norma internasional yang konsisten dari perilaku dan terintergrasi sepanjang organisasi”⁶

⁶ Angling Mahatma Pian KS, Skripsi **Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Laporan Tahunan di Indonesia**: Universitas Diponegoro Semarang, 2010, Hal 16

Sedangkan menurut *International Finance Corporation* dalam Fahry Maulana (2014)

“CSR adalah komitmen dunia bisnis usaha untuk meberi kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kehidupan mereka melalui cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan.”⁷

Dalam konteks pemberdayaan, CSR adalah bagian dari *policy* perusahaan yang dijalankan secara profesional dan melembaga. CSR kemudian identik dengan CSP (*corporate social policy*), yakni roadmap dan strategi perusahaan yang mengintegrasikan tanggung jawab ekonomis korporasi dengan tanggung jawab sosial, legal dan etis. Pengungkapan CSR akan lebih berdampak positif bagi masyarakat, ini akan sangat tergantung daro orientasi, kapasitas lembaga dan organisasi lain, terutama pemerintah. Secara formal pemerintah telah mengeleuarkan peraturan dan pernyataan yang melindungi kepentingan sosial, baik bagi pendirian atau pembangunan perusahaan maupun proyek baru. Peran pemerintah yang terkait dengan CSR meliputi pengembangan kebijakan yang menyehatkan pasar, keikutsertaan sumber daya, dukungan politik, bagi pelaku CSR, menciptakan insentif dan peningkatan kemampuan organisasi.

2.2.3 Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

Akuntansi Pertanggungjawaban sosial merupakan penerapan akuntansi dalam ilmu sosial, ini menyangkut pengaturan, pengukuran, analisis dan pengungkapan pengaruh kegiatan ekonomi dan sosial dari kegiatan yang bersifat

⁷ Fahry Maulana, Skripsi **Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Studi Empiris pada Perusahaan Asuransi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)**: Universitas Diponegoro Semarang, 2014, hal 19

mikro dan makro pada kegiatan pemerintah maupun perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu bagian dari akuntansi pertanggungjawaban sosial yang akan memberikan informasi kepada *stakeholders*.

Siklus akuntansi sosial menjelaskan bahwa akuntansi sosial dilaksanakan atas dasar aktivitas sosial yang dijalankan oleh suatu entitas bisnis, selanjutnya akan diproses berdasarkan prinsip, metode, konsep akuntansi, untuk diungkapkan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Kemudian dari informasi yang dihasilkan, pengguna informasi akan dapat menentukan kebijakan selanjutnya untuk aktivitas sosial dan kebijakan untuk lingkungan sosial entitas bisnis yang dijalankan. Maka situasi dan kondisi yang seperti ini yang akan mampu menuntut suatu entitas bisnis untuk dapat mengakses kepentingan lingkungan sosialnya, yang diikuti dengan pengungkapan dan pelaporan kepada pihak-pihak yang berkepentingan sehingga menghasilkan sebuah laporan yang mendeskripsikan segala aspek yang dapat mendukung kelangsungan sebuah entitas bisnis.

Menurut Hackston dan Milne (1996) dalam Ervina (2017) Ada beberapa tema pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) yaitu: **lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum.**⁸ Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) akan dilihat berdasarkan ketujuh tema tersebut, dan dijabarkan ke dalam 78 item pengungkapan yang telah disesuaikan dengan kondisi yang ada di Indonesia sesuai dengan peraturan yang

⁸ Ervina **Op.Cit** ,Hal 21

berlaku. ketujuh tema pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*), diantaranya sebagai berikut ini.

1. Lingkungan

Pengendalian polusi kegiatan operasi perusahaan, memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi, pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan, konservasi sumber alam, penggunaan material daur ulang, menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan pengolahan limbah, mempelajari dampak lingkungan, dan perlindungan lingkungan hidup.

2. Energi

Menggunakan energi secara lebih efisien, memanfaatkan barang bekas, membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi, pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk, riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi, dan mengungkapkan kebijakan energi perusahaan.

3. Kesehatan dan keselamatan tenaga kerja

Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja, mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental, mengungkapkan statistik kecelakaan kerja, mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja, menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja, menetapkan suatu komite keselamatan kerja.

4. Lain-lain tenaga kerja

Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja, mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja, mengungkapkan persentase gaji untuk pensiun, mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan, mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan, mengungkapkan tingkatan managerial yang ada, mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka.

5. Produk

Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, pengungkapan informasi proyek riset, membuat produk lebih aman untuk konsumen, melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan, pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk, pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan.

6. Keterlibatan masyarakat

Sumbangan tunai atau produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni, tenaga kerja paruh waktu (*part-time employment*), sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat, sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, membiayai program beasiswa, membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat.

7. Umum

Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dan informasi berhubungan.

2.3 Karakteristik perusahaan

Karakteristik perusahaan merupakan hal-hal yang melekat pada perusahaan, sehinggahal-hal tersebut menjadi identitas atau perusahaan dapat dikenal dengan adanya hal-hal yang melekat tersebut. Karakteristik perusahaan dapat berupa ukuran perusahaan (*size*), *leverage*, basis perusahaan, jenis industri, serta profil dan karakteristik lainnya. Setiap perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda dengan perusahaan lainnya. Adanya suatu perbedaan karakteristik ini, diduga akan berpengaruh terhadap besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, karena karakteristik perusahaan juga berkaitan dengan kemampuan perusahaan baik segi finansial atau non finansial. Dalam penelitian ini, karakteristik perusahaan akan diproksikan kedalam kepemilikan manajemen, *size* perusahaan, dan profitabilitas.

2.3.1 kepemilikan manajemen

Kepemilikan manajemen adalah proporsi pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (direktur dan komisaris). Struktur kepemilikan dipercaya mampu untuk mempengaruhi kinerja suatu perusahaan. Termasuk kepemilikan saham perusahaan oleh beberapa manajer perusahaan itu sendiri. Besarnya kepemilikan akan menjadi salah satu pemicu manajemen untuk meningkatkan nilai

perusahaan, karena adanya suatu keselarasan antara kepentingan individu sebagai investor dengan kepentingan perusahaan. Jika perusahaan memiliki nilai yang baik tentunya juga akan berdampak pada harga saham yang naik, sehingga investor juga akan senang. Salah satu cara untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan.

Jensen dan Meckling (1976) dalam Etha Rizki Aryani (2011) mengemukakan bahwa **“Teori agensi memiliki asumsi bahwa tiap-tiap individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara *principal* dan *agent*”**⁹ Hal tersebut disebabkan karena manajer mengutamakan kepentingan pribadi, sebaliknya pemegang saham kurang setuju dengan kepentingan pribadi manajer tersebut, karena pengeluaran tersebut akan menambah biaya perusahaan dan akan menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan penurunan dividen yang diterima. Pengungkapan merupakan salah satu alat yang penting untuk mengatasi masalah keagenan antara pemilik dan manajemen, karena dianggap sebagai upaya untuk mengurangi asimetri informasi.

2.3.2 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan pada dasarnya adalah pengelompokan perusahaan kedalam beberapa kelompok, di antaranya perusahaan besar, sedang dan kecil. Ukuran perusahaan bisa diukur dengan menggunakan total aktiva, pendapatan

⁹ Etha Rizki Aryani, Skripsi, **Pengaruh *Good Corporate Governance* dan struktur kepemilikan terhadap *Agency Cost***, Universitas Diponegoro, Semarang, 2011, hal 8

atau modal dari perusahaan tersebut. Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut.

Hackston dan Milne (1996) dalam Fahry Maulana (2014) menyatakan “**bahwa total aset perusahaan digunakan sebagai ukuran untuk *size* perusahaan**”.¹⁰

Perusahaan yang besar juga memiliki kompleksitas yang besar dibanding dengan perusahaan kecil. Aktivitas dari perusahaan besar akan lebih berpengaruh terhadap lingkungan sosial masyarakat dari pada perusahaan kecil.

Semakin tinggi biaya politis yang dimiliki oleh perusahaan maka perusahaan akan semakin banyak mengeluarkan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial sehingga laba yang dilaporkan menjadi lebih rendah. Dalam upaya untuk mengurangi biaya keagenan, secara umum perusahaan besar akan melakukan pengungkapan yang lebih luas. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* tercermin dalam teori agensi yang muncul karena tidak adanya kepercayaan atau simetri informasi antara dua belah pihak yang saling berkepentingan yaitu pemegang saham dan manajer. Hubungan antara *principal* dan agen membutuhkan adanya penengah untuk mendapatkan informasi simetris guna mendukung pengambilan kebijakan secara *fair*.

2.3.3 Profitabilitas

Profitabilitas berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas merupakan suatu informasi yang dianggap penting oleh para investor dan kreditor untuk menilai investasi mereka. Perusahaan yang memiliki kemampuan menghasilkan laba yang tinggi, biasanya

¹⁰ Fahry Maulana, **op.cit.** Hal 25

juga memiliki banyak dana yang tersedia, termasuk tersedianya dana untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu perusahaan akan melakukan pengungkapan lebih besar ketika kemampuan labanya di atas rata-rata industri. dalam Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan telah menjadi anggapan dasar untuk mencerminkan pandangan masyarakat bahwa reaksi sosial memerlukan adanya gaya manajerial yang diperlukan untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan/laba yang besar. Suatu perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi seharusnya melakukan pengungkapan secara lebih luas sebagai salah satu upaya untuk dapat meyakinkan pihak eksternal bahwa perusahaan berada dalam persaingan yang sangat kuat dan untuk memperlihatkan kinerja perusahaan yang baik pada saat itu.

2.4 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Perbandingan Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Alat Analisis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Rizkia Anggita Sari (2012)	Regresi Linier Berganda	variabel independen tipe industri (<i>profile</i>), ukuran perusahaan (<i>size</i>), profitabilitas, <i>leverage</i> dan pertumbuhan perusahaan (<i>growth</i>) terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> sebagai variabel dependen	Hasil penelitian menunjukkan bahwanya variabel <i>profile</i> , <i>size</i> dan profitabilitas yang berpengaruh signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> . Secara simultan variabel <i>profile</i> , <i>size</i> , profitabilitas, <i>leverage</i>

				dan <i>growth</i> berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>
2.	Ni Wayan Oktariani, Ni Putu Sri Harta Mimba (2014)	Regresi linier berganda	Variabel dependen Ukuran perusahaan, hutang, kepemilikan saham asing, dan komposisi dewan komisaris Variabel independen profitabilitas, kepe- milikan manajemen, <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan, kepemilikan saham asing, dan komposisi dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sedangkan variabel hutang, profitabilitas dan tanggung jawab lingkungan berpengaruh signifikan pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3.	Sri Utami, Sawitri Dwi Prastiti (2011)	Regresi linier berganda	<i>Net Profit Margin Leverage, size</i> (ukuran perusahaan) Kepemilikan manajemen, Umur perusahaan, <i>Social disclosure</i>	Variabel <i>net profit margin</i> dan <i>size</i> terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap <i>social disclosure</i> . Sebaliknya untuk variabel umur perusahaan, <i>leverage</i> , kepemilikan manajemen terbukti tidak berpengaruh terhadap <i>social disclosure</i> .

4.	Ahmad Kamil, Antonius Herusetya (2012)	Regresi berganda	Variabel: Ukuran perusahaan,profitabil itas, <i>likuiditas</i> , dan, <i>Solvabilitas</i>	bahwa ukuran perusahaan (<i>size</i>) berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan CSR pada pelaporan keuangan, konsisten dengan temuan penelitian sebelumnya Namun profitabilitas, <i>likuiditas</i> , dan <i>solvabilitas</i> tidak terbukti berpengaruh pada pengungkapan CSR.
5.	Agustya Kuratul Aini (2015)	Regresi linier	Variabel kepemilikan saham publik <i>,leverage</i> ,profitabilit as , debt equity ratio, <i>Return on equity</i> , likuiditas, terhadap <i>corporate social responsibility</i>	bahwa Hasil pengujian hipotesis keempat variabel profitabilitas yang diukur dengan Return On equity (ROE) memberikan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Hal ini menunjukkan bahwa nilai ROE akan memberikan pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).
6.	Ervina (2017)	Regresi linier berganda	Variabel : Kepemilikan manajemen,ukuran perusahaan,profitabil itas Variabel terikat : <i>corporate social responsibility disclosure</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif signifikan namun hasil tidak mendukung hipotesis penelitian. Sedangkan dua variabel lainnya yaitu kepemilikan manajemen dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap

				pengungkapan corporate social responsibility
7.	Hardina Rosmaita (2007)	Regresi Berganda (Multiple Regression)	Variabel Independen: Kepemilikan manajemen, Tingkat leverage, Ukuran perusahaan, dan Profitabilitas Variabel Dependen: Pengungkapan sosial	Hasil pengujian penelitian ini secara simultan menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara faktor-faktor perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR) perusahaan. Variabel kepemilikan manajemen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan sosial.

2.5 Pengembangan Hipotesis

2.5.1 Pengaruh Kepemilikan Manajemen terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Kepemilikan manajemen adalah perbandingan kepemilikan saham manajerial dibandingkan dengan jumlah saham yang beredar di pasar saham. Dengan kata lain, kepemilikan manajerial merupakan besaran proporsi saham biasa yang dimiliki oleh manajemen. Kepemilikan manajemen akan berpengaruh

terhadap kinerja manajemen. Semakin besar kepemilikan manajerial maka manajemen akan semakin berusaha untuk meningkatkan kinerjanya. Kepemilikan manajerial memiliki kaitan erat dengan masalah keagenan, semakin besar kepemilikan saham direksi/ komisaris, mereka akan lebih peduli untuk mempercantik kinerja perusahaan.

Hasil Penelitian Hardina Rosmaita (2007) menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR di Indonesia. Hal ini karena semakin besar kepemilikan manajemen akan menyebabkan tekanan terhadap pihak manajemen untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan secara lebih luas. Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Kepemilikan Manajemen berpengaruh positif terhadap pengungkapan
Corporate Social Responsibility

2.5.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan (*size*) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran Perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai equity, nilai penjualan atau nilai aktiva. ukuran perusahaan diklasifikasikan ke dalam empat kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengklasifikasian ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada total aset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut.

Berbagai penelitian terdahulu seperti Rizkia Anggita Sari (2012), dan Ahmad Kamil, Antonius Herusetya (2012) menemukan adanya pengaruh positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Ukuran perusahaan (size) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

2.5.3 Pengaruh Profitabilitas (*Profitability*) terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan tersebut. Sebaliknya ketika tingkat profitabilitas rendah perusahaan akan berharap pengguna laporan akan membaca "good news" kinerja perusahaan. Laba pada dasarnya menunjukkan seberapa baik perusahaan dalam membuat keputusan investasi dan pembiayaan. Profitabilitas menunjukkan kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan tersebut mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan secara lebih luas dari setiap kegiatan operasinya.

Penelitian yang dilakukan Agustya Kuratul Aini (2015) dan Ni Wayan Oktariani, Ni Putu Sri Harta Mimba (2014) menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara Profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.

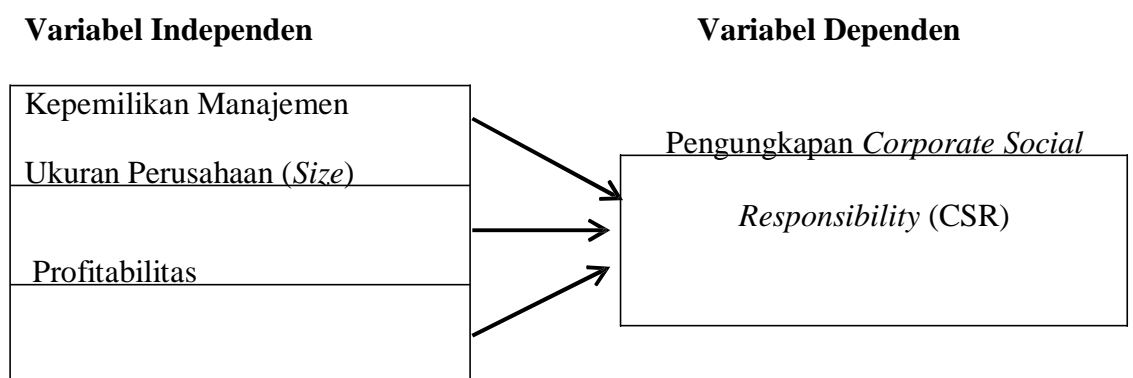
Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate social Responsibility (CSR)*

Gambar 2.1

Kerangka Penelitian

2.6 Kerangka Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah variabel bebas yaitu kepemilikan manajemen (X1), Ukuran Perusahaan (X2), profitabilitas (X3). Dan variabel terikatnya adalah pengungkapan CSR.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif karena penelitian ini berdasarkan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan yang telah dipublikasikan tahunan didapat dari Bursa Efek Indonesia. Periode data yang digunakan selama empat tahun berturut-turut (2015-2018), diharapkan selama periode tersebut perusahaan sudah mengungkapkan informasi mengenai lingkungan sekitar tempat usahanya secara konsisten, yang berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

3.3 Populasi Penelitian

Menurut Ricky Yuliardi dan Zuli Nuraeni (2017) **“Populasi merupakan wilayah generalisasi/himpunan semesta yang terdiri atas subyek atau obyek dengan kualitas dan karakteristik yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik sebuah kesimpulan dari penelitian tersebut.”**¹¹ Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan

¹¹ Ricky Yuliardi dan Zuli Nuraeni (2017), *Statistika Penelitian plus Tutorial SPSS*, edisi pertama, cetakan ke 1, Yogyakarta : Innosain, 2017, hal 5

minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan manufaktur menjadi populasi karena perusahaan manufaktur memiliki peran yang penting dalam pertumbuhan ekonomi. Penelitian ini mengambil periode analisis dari tahun 2015 sampai 2018.

3.4 Sampel Penelitian

Menurut Ricky Yuliardi dan Zuli Nuraeni (2017) **“Sampel adalah himpunan bagian dari populasi yang dipilih dari suatu kriteria”**.¹²

Teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan metode purposive sampling, yaitu penarikan sample dengan pertimbangan tertentu yang didasarkan pada kepentingan atau tujuan penelitian. karena populasi yang dijadikan sampel adalah populasi memenuhi kriteria yang dikehendaki. Pengambilan sampel yang telah ditentukan sebelumnya berdasarkan tujuan dan kriteria sebagai berikut:

- 1) Perusahaan-perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015 sampai tahun 2018.
- 2) Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang menerbitkan laporan tahunan secara lengkap dengan catatan laporan keuangan selama 4 tahun berturut-turut, periode tahun 2015 sampai tahun 2018.
- 3) Perusahaan memiliki kelengkapan data informasi pengungkapan corporate social responsibility (CSR) diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan (annual report) yang bersangkutan selama periode tahun 2015 sampai 2018.

¹² **Ibid**, hal 6

Tabel 3.1
Penentuan Sampel Penelitian

No.	Kriteria Sampel	Jumlah Sampel
1	Perusahaan Manufaktur sub Sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2018	25
2.	Perusahaan yang tidak memiliki kelengkapan data yang dibutuhkan dalam penelitian selama 4 tahun pengamatan.	(9)
3.	Perusahaan yang profitabilitasnya mengalami kerugian.	(4)
	Jumlah sampel penelitian	12

Sumber: Data yang telah diolah oleh peneliti

Pada Tabel 3.1 di atas menunjukkan bahwa jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 25 perusahaan dengan periode penelitian selama empat tahun yaitu tahun 2015-2018 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Setelah dipilah dengan berdasarkan kriteria yang telah dijelaskan di atas, maka sampel yang didapat sebanyak 12 perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang layak dijadikan sampel dalam penelitian ini selama empat tahun periode pengamatan, maka total sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 48.

Tabel 3.2

Nama-nama sampel perusahaan

No.	Nama Perusahaan
1.	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk,PT (CEKA)
2.	Sariguna Primatirta Tbk,PT (CLEO)
3.	Delta Djakarta Tbk,PT (DLTA)
4.	Buyung Poetra Sembada Tbk,PT (HOKI)
5.	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk,PT (ICBP)
6.	Indofood Sukses Makmur Tbk,PT (INDF)
7.	Multi Bintang Indonesia Tbk,PT (MLBI)
8.	Mayora Indah Tbk,PT (MYOR)
9.	Sekar Bumi Tbk,PT (SKBM)
10.	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk,PT (ULTJ)
11.	Akasha Wira International Tbk,PT (ADES)
12.	Campina Ice Cream Industry Tbk,PT (CAMP)

Sumber: Data yang telah diolah oleh peneliti

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan sesuatu yang berbeda atau bervariasi dan seperangkat nilai. Terdapat beberapa tipe variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu variabel independen atau bebas, dan variabel dependen atau tidak bebas/terikat. Dalam penelitian ini, variabel independen sebagai variabel yang menjadi penduga, dan variabel dependen sebagai variabel yang diperkirakan nilainya. Berdasarkan dengan landasan teori dalam literatur dan perumusan masalah penelitian, maka operasional variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

3.5.1 Karakteristik Perusahaan

Karakteristik perusahaan menjelaskan variasi luas pengungkapan (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan. Variabel independen adalah variabel bebas, yaitu suatu variabel yang memiliki fungsi untuk menerangkan (mempengaruhi) terhadap variabel lainnya. Variabel independen dalam penelitian adalah karakteristik perusahaan. Dalam penelitian ini, karakteristik perusahaan diprosikan dalam persentase kepemilikan manajemen, ukuran perusahaan dan profitabilitas.

3.5.1.1 Kepemilikan Manajemen

Kepemilikan manajemen dalam penelitian ini diukur berdasarkan persentase jumlah saham yang dimiliki oleh pihak manajemen (dewan komisaris dan dewan direktur) dibagi dengan jumlah saham yang beredar. Variabel kepemilikan manajemen yang baik adalah semakin besarnya rasio kepemilikan manajemen di suatu perusahaan, yaitu dalam bentuk jumlah saham yang dimiliki oleh pihak dewan komisaris dan direktur. Semakin besar kepemilikan manajemen di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan.

Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Ervina (2017), **rumus yang**

digunakan untuk mengukur kepemilikan manajemen sebagai berikut: ¹³

$$\text{Kepemilikan manajemen} = \frac{\text{Jumlah saham pihak manajemen}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

¹³ Ervina, *Op.Cit*, Hal 39

3.5.1.2 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total aktiva. Ukuran perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan total aktiva selama periode amatan. Menurut Hackston dan Milne (1996) dalam Ervina (2017), **rumus yang digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan (size) adalah sebagai berikut:**¹⁴

$$\text{Ukuran perusahaan (SIZE)} = \text{Log Natural (Total Aktiva)}$$

3.5.1.3 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam upaya memperoleh atau menghasilkan keuntungan yang tinggi untuk menunjukkan perusahaan dapat bersaing dan menguasai pasar dengan baik, sehingga menghasilkan pendapatan dan keuntungan yang tinggi (laba). Profitabilitas dalam penelitian ini diproksi dengan menggunakan *net profit margin*. *Net Profit Margin* dalam penelitian ini menggambarkan besarnya laba bersih yang diperoleh perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan.

¹⁴ **Ibid**, Hal 40

Formulasi dari net profit margin menurut Hackston dan Milne (1996) dalam Ervina (2017), **rumus yang digunakan untuk mengukur profitabilitas sebagai berikut:**¹⁵

$$\text{Net profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

3.5.2 Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

(Ghozali, 2009) dalam Ervina (2017) menyatakan bahwa **“Variabel dependen adalah variabel terikat, yaitu variabel yang dikenai pengaruh atau diterangkan oleh variabel lain”**.¹⁶ Variabel dependen penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengukuran variabel ini diperoleh dengan mengukur pengungkapan CSR yang dilakukan dengan pengamatan mengenai ada tidaknya suatu item informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan tujuh kategori yaitu: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan, tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum.

Menurut Sembiring (2005) dalam Ervina (2017) berdasarkan peraturan Bapepam No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan ada 12 item dari 90 item pengungkapan yang tidak sesuai untuk diterapkan dengan kondisi di Indonesia. Selanjutnya dilakukan penyesuaian dengan cara menghapuskan 12 item pengungkapan tersebut, sehingga secara total tersisa 78 item pengungkapan. Item

¹⁵ **Ibid**,Hal 41

¹⁶ **Ibid**,Hal 41

pengungkapan dalam penelitian ini kemudian dinyatakan dalam bentuk indeks pengungkapan sosial. Total item CSR berkisar 78 item, tergantung dari jenis industri perusahaan. Dalam penelitian ini, luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dinyatakan dalam *corporate social responsibility (CSR) Disclosure*. Pengukuran indeks CSR dilakukan dengan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$CSR\ Disclosure = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan}}{\text{Jumlah item yang diharapkan oleh perusahaan}}$$

3.6 Sumber Pengumpulan Data

Sumber data penelitian yang digunakan diperoleh dari laporan keuangan tahunan Perusahaan Manufaktur yang dapat diakses melalui website Bursa Efek Indonesia (<http://www.idx.co.id>) tahun 2015-2018, untuk mengetahui pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* yang diungkapkan.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik dokumenter (dokumentasi). Teknik ini dilakukan dengan cara menelusuri laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan manufaktur yang menjadi sampel. Selain itu metode pengumpulan data menggunakan studi pustaka, dengan cara mengumpulkan data-data yang berkaitan erat dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini.

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan penjelasan atau deskripsi mengenai nilai minimum, nilai maksimum, dan nilai rata-rata (*mean*), dan nilai standar deviasi dari variabel-variabel independen dan variabel dependen. Variabel penelitian terdiri dari kepemilikan manajemen, ukuran perusahaan, profitabilitas sebagai variabel bebas (*independent variabel*) dan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) sebagai variabel terikat (dependen variabel). Alat analisis yang digunakan adalah rata-rata, maksimal, minimal dan standar deviasi untuk mendeskripsikan variabel penelitian. Statistik deskriptif didasarkan pada data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis.

3.8.2 Pengujian Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, variabel-variabel yang akan digunakan dalam analisis diuji terlebih dahulu dengan menggunakan pengujian asumsi klasik untuk memperoleh model penelitian yang valid dan untuk mengetahui apakah data memenuhi asumsi klasik atau tidak. Tujuannya adalah untuk menghindari terjadinya estimasi yang bias, karena tidak semua data dapat diterapkan regresi. Pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

3.8.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji asumsi dasar yang dilakukan oleh peneliti sebagai prasyarat melakukan uji statistika parametik.

Menurut Widodo (2017) **“Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak”**¹⁷ Jika analisis menggunakan metode parametrik maka persyaratan normalitas terpenuhi. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan dua metode yang secara umum digunakan oleh penelitian lain, yaitu analisis statistik dengan menggunakan uji non-parametrik Kolmogorov-Smirnor (K-S) dan analisis grafik yang terdiri dari normal probability plot. Pengujian normalitas data penelitian menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (KS) dengan membuat hipotesis:

Ho : data residual berdistribusi normal

Ha : data residual tidak berdistribusi normal

- 1) Apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka Ho diterima dan Ha ditolak, maka data berdistribusi normal.
- 2) Apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka Ho ditolak dan Ha diterima, maka data berdistribusi tidak normal

3.8.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan korelasi antara masing-masing variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel tidak ortogonal. Variabel

¹⁷ Widodo, **Metodologi Penelitian Populer & Praktis**, Cetakan Pertama, Edisi Pertama, Jakarta: Rajawali Pers, 2017, Hal 111

ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Analisis untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan menganalisis korelasi antar variabel. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Multikolinearitas terjadi jika $VIF > 10$ dan nilai *tolerance* $< 0,10$. Pedoman suatu model regresi berganda yang bebas multikolinearitas, apabila:

Nilai $VIF < 10$, maka data tersebut bebas dari multikolinearitas.

Nilai $VIF > 10$, maka data tersebut mengandung multikolinearitas.

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

3.8.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut homokedastisitas. Sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot*.

Analisis pada gambar *Scatterplot* yang menyatakan model regresi linier berganda tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas, di bawah atau di sekitar angka 0,
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas dan dibawah saja,

- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali,
- 4) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.

3.8.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode saat ini (t) dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya ($t-1$). Jika terjadi korelasi, maka ada masalah pada autokorelasi (problem autokorelasi). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*) karena “gangguan” pada seorang individu/ kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu/kelompok yang sama pada periode berikutnya Menurut (Ghozali, 2009) dalam Ervina (2017) **“Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi”**.¹⁸ Salah satu cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidak adanya autokorelasi dalam penelitian dengan menggunakan uji Durbin-Watson (D-W test). Kriteria untuk penilaian terjadinya autokorelasi dalam penelitian sebagai berikut (Santoso, 2000):

- 1) Angka D-W terletak di bawah -2 berarti ada korelasi positif,
- 2) Angka D-W terletak di antara -2 sampai +2 berarti tidak ada Autokorelasi,
- 3) Angka D-W di atas +2 berarti ada Autokorelasi negatif.

¹⁸ Ervina, **Op.Cit**, Hal 45

3.8.3 Analisis Regresi

Teknik regresi linier berganda dilakukan terhadap model penelitian untuk menilai variabelitas pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Analisis regresi berganda (*Multiple Regression Analysis*) digunakan untuk memprediksi pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Variabel-variabel penelitian dapat dinyatakan dengan model persamaan yaitu sebagai berikut:

$$\text{CSR} = a + b_1 \text{PKM} + b_2 \text{UP} + b_3 \text{P} + e \dots\dots\dots$$

Keterangan:

CSR : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

PKM : Persentase Kepemilikan Manajemen

UP : Ukuran Perusahaan (*Size*)

P : Profitabilitas

a : Konstanta

b₁ b₂ b₃ : Koefisien regresi, berdasarkan variabel X₁ , X₂ dan X₃

X₁ : Variabel Kepemilikan Manajemen

X₂: Variabel Ukuran Perusahaan

X₃ : Variabel Profitabilitas

e : *Error term*

3.9 Pengujian Hipotesis

3.9.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengukur seberapa jauh tingkat kemampuan model dalam menerangkan variabel independen. Jika nilai R^2 mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Y).

Dalam hal ini nilai R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kepemilikan manajemen, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (diwakili oleh indeks CSR). Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai R Square dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai R Square berkisar antara 0 dan 1.

3.9.2 Uji F

Uji Regresi Simultan (uji F) digunakan untuk menguji homogenitas varians dari dua kelompok data. Berikut kriteria uji F yang digunakan dalam penelitian:

1) Jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ pada $\alpha < 0,05$, maka H_1 diterima (koefisien regresi signifikan). Hal ini berarti secara simultan ketiga variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2) Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ pada $\alpha > 0,05$, maka H_1 ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara simultan ketiga variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.9.3 Uji T

Uji parsial (uji t) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen dalam model regresi secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Nilai dari uji t dapat dilihat dengan membandingkan t hitung dan t-tabel. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ pada $\alpha < 0,05$ maka H_1 diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ pada $\alpha > 0,05$, maka H_1 ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.