

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam konteks penyakit coronavirus 2019 (COVID-19) banyak mengakibatkan masalah dalam lingkungan perusahaan maupun luar lingkungan perusahaan. Wabah virus corona ini sangat mengejutkan dunia, menyebar sangat cepat dan menyebabkan penyakit yang sangat fatal bagi banyak orang. Pandemi yang sedang berlangsung dan implikasinya telah menyebabkan gangguan sosial ekonomi global yang parah, serta telah menghentikan sebagian besar aktivitas masyarakat. Dalam mengatasi pandemi dan konsekuensinya harus menyatukan semua sumber daya dan menyatukan upaya oleh individu, organisasi dan pemerintah. Berbagai upaya dilakukan dunia usaha untuk mendukung penanganan dalam pandemi ini dengan cara yang sejalan dengan konsep tanggung jawab sosial perusahaan (Maron & Lussier, 2020).

Dimasa kritis dalam pandemi Covid-19 pengusaha dan karyawan perlu membangun hubungan yang lebih erat, daripada sebelumnya, perusahaan harus mengadopsi kebijakan yang melindungi karyawan supaya operasi tetap berjalan dengan lancar (Panda & Kumar, 2021)

Pada era globalisasi saat ini, perusahaan harus berusaha didalam berinovasi dan meningkatkan strategi agar mampu bersaing. Inovasi demi menjaga keberlangsungan hidup perusahaan dan juga sebagai upaya suatu perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya selama pandemi. Salah satu strategi dalam

meningkatkan kinerja perusahaan adalah dengan melakukan kegiatan yang memberikan manfaat atau dampak positif tidak hanya untuk perusahaan, tetapi juga masyarakat sebagai bagian dari stakeholder. Untuk menanggapi kritis saat ini, organisasi terus mengadopsi inisiatif tanggung jawab perusahaan (CSR) sebagai strategi. Dalam konteks ini banyak penelitian baru-baru ini menaruh perhatian besar pada perusahaan. Menurut (Carrol, 2021) studi sangat dibutuhkan saat ini untuk menyelidiki bagaimana organisasi bisnis memenuhi rasa CSR mereka sebagai kewajiban dalam masyarakat konsumen.

Meskipun inisiatif CSR biasanya di dorong untuk meningkatkan dan mempertahankan kinerja keuangan perusahaan jangka Panjang (Fenf *et al*, 2018). Kegiatan CSR meningkatkan kesejahteraan sosial dengan atau tanpa manfaat langsung perusahaan. Citra perusahaan diuntungkan oleh kegiatan CSR yang sesuai yang memuaskan pemangku kepentingan berbeda (Franco *et al*,2020; Rhou dan Singal,2020).

Perusahaan yang telah melaksanakan aktivitas CSR akan mengungkapkannya dalam laporan tahunan perusahaan, yang kemudian di sosialisasikan kepihak berkepentingan secara luas. Pengungkapan CSR akan meningkatkan citra yang luas dan kepercayaan pihak berkepentingan terhadap perusahaan sehingga akan mengalirkan data di perusahaan tersebut. CSR adalah investasi sosial yang dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Untuk menganalisis tindakan CSR dan pengungkapann serta pengaruhnya terhadap perusahaan selama pandemic Covid-19 dimana banyak perusahaan yang mengalami penurunan profit.

Pada era yang semakin modern menuntut perusahaan untuk terus bergerak pada persaingan global yang sangat kompleks dan sangat cepat berubah. Perusahaan yang sering mengabaikan tanggung jawab dan kepentingan sosial dalam kegiatan operasionalnya perlahan lahan sekarang mulai focus untuk memperhatikan hal-hal mengenai nilai-nilai sosial. Perusahaan mulai sadar akan dampak lingkungan sosial dalam kegiatan operasionalnya, maka dari itu apabila perusahaan dapat memelihara hubungan baik dengan lingkungan sosial disekitarnya, diharapkan dapat mendukung kegiatan operasional perusahaan dan juga dapat memaksimalkan laba bagi perusahaan terutama dalam menghadapi pandemic Covid-19.

Kegiatan tersebut adalah tanggung jawab sosial atau corporate social responsibility (CSR). Penerapan CSR dinilai sangat penting untuk menjadi bagian dari perusahaan. Pelaksanaan CSR sudah mulai dijalankan di Indonesia setelah di sahkannya Undang-undang No.40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan terbatas yang menekankan bahwa setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kemudian hal tersebut dipertegas lagi dalam peraturan pemerintah No.47 Tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas yang menyatakan bahwa apabila terdapat perusahaan yang tidak melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Perusahaan yang melakukan pelaksanaan tanggung jawab sosial perlu di ungkapkan dan di pertanggung jawabkan dalam laporan keuangan tahunan agar

partisipasi perusahaan tersebut dapat di ketahui oleh berbagai pihak yang berkepentingan .selain itu juga mematuhi aturan perintah yang berlaku (Dewi dan Khafi, 2018).

Berbagai penelitian yang terkait dengan pengungkapan corporate social responsibility menunjukkan keanekaragaman hasil. Seperti penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara profitabilitas dengan pengungkapan Corporate Social Responsibility yang dilakukan oleh (Sa'adah Widiyanti, Marlina 2018).

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan variable penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas dalam mengurangi biaya keagenan tersebut. Oleh karena itu, perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi dibandingkan perusahaan kecil (Wahyuningsih dan Mahdar, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh (Dharmawan Krisna dan Suhardianto, 2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan menurut (B. Subiyanto, 2022) mengatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Probabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Secara garis besar laba yang dihasilkan oleh perusahaan berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Secara umum ,dalam

menjabarkan penjualan menjadi laba menunjukkan prestasi profitabilitas perusahaan. Maka salah satu tujuan perusahaan yaitu mencapai keuntungan yang nantinya akan dapat meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (M. Nur dan Priantinah 2012) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR dan penelitian yang dilakukan oleh (Gusti et al. 2015) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (J.V. Wardani, L. P. Widianingsih, and F. Kerundeng, 2019) mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negative signifikan terhadap pengungkapan CSR.

*Leverage* merupakan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain. Sesuai dengan teori agensi Perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi mempunyai kewajiban yang lebih besar untuk memenuhi kebutuhan informasi termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial sehingga tidak menjadi sorotan oleh para debtholder. Seberapa jauh perusahaan menggunakan utang (*financial leverage*) akan memiliki implikasi penting, salah satunya adalah dengan memperoleh dana melalui utang, para pemegang saham dapat mempertahankan kendali mereka atas perusahaan tersebut dengan sekaligus membatasi investasi yang mereka berikan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Octarina, M. Majidah, and Muslih, 2018) mengatakan bahwa leverage memiliki pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan penjelasan di atas banyak terdapat perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, ada yang memberikan hasil bahwa

hubungan antara ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, kepemilikan institusional memiliki pengaruh positif signifikan terhadap CSR, dan ada juga yang menemukan berpengaruh negative signifikan terhadap CSR, serta ada yang menemukan tidak ada pengaruh terhadap CSR. Sehingga dengan perbedaan hasil dari peneliti sebelumnya, peneliti tertarik untuk mengambil judul ini untuk melihat ke konsistetan dari hasil penelitian ini.

Dan alasan peneliti memilih judul hanya dalam satu periode saja yaitu 2021 dikarenakan pada tahun 2022 pemerintah melaksanakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), sehingga dengan adanya PPKM maka CSR tidak akan berlaku.

Berdasarkan fenomena diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada Periode 2021 Selama Covid-19”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan utama pada penelitian ini adalah adanya perbedaan hasil penelitian pada penelitian terdahulu. Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka pertanyaan -pertanyaan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ukuran perusahaan (*size*) mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

2. Apakah profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate social Responsibility (CSR)* pada perusahaan yang terdaftar dibursa efek (BEI).
3. Apakah Leverage mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan) *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah suatu metode studi yang bersifat mendalam serta kegiatan ilmiah dengan dasar analisis serta konstruksi yang dilakukan secara sistematis, metodologis, dan konsisten untuk mengungkapkan kebenaran. Maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap CSR.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* perusahaan berpengaruh terhadap CSR.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis

hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memberikan tambahan literatur mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi csr pada perusahaan serta sebagai acuan referensi bagi

peneliti selanjutnya khususnya penelitian akuntansi berbasis keuangan dan pasar modal

## 2. Manfaat praktis

- a. bagi perusahaan, dapat menjadikan perusahaan lebih sadar terhadap pengungkapan CSR dimasa yang akan datang.
- b. bagi pemerintah, untuk mengetahui sejauh mana pengungkapan CSR yg telah dilakukan perusahaan, sehingga pemerintah mampu mempertimbangkan standar pelaporan CSR yang sesuai dengan kondisi di Indonesia .
- c. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan bagi pembaca tentang aspek tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan dalam menjalankan usahanya.

## BAB II TELAAH

### PUSTAKA

Dalam bab ini akan dibahas mengenai: (i) teori *stakeholder* dan teori legitimasi yang menjadi landasan teori penelitian ini dan konsep konsep mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR)*. (ii) uraian mengenai penelitian-penelitian sejenis yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, (iii) pengembangan hipotesis berdasarkan teori dan penelitian-penelitian terdahulu yang dirangkai dengan kerangka pemikiran.

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukan lah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*.

Ramizes dalam bukunya *Cultivating peace*, mengidentifikasikan berbagai pendapat mengenai *stakeholder*, Frieam mendefenisikan *stakeholder* sebagai

“*any group or individual who can effect or is affected by the achievement of the organization’s objectives,*” yang terjemahan bebasnya adalah sebagai kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi dan/atau dipengaruhi oleh suatu pencapaian tujuan tertentu.

Biset secara singkat mendefenisikan *stakeholder* adalah orang dengan suatu kepentingan atau perhatian pada permasalahan tertentu. Sedangkan Grimble and Wellard melihat *stakeholder* dari segi posisi penting dan pengaruh yang mereka miliki. Dari beberapa defenisi tersebut, maka *stakeholder* merupakan keterikatan

yang didasari oleh kepentingan tertentu. Dengan demikian *stakeholder theory* berarti membahas hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan berbagai pihak.

Hal yang pertama mengenai teori *stakeholder* adalah bahwa *stakeholder* sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, memiliki sifat yang saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis.

Premis dasar dari teori *stakeholder* adalah bahwa semakin kuat hubungan korporasi, maka akan semakin baik bisnis korporasi. Sebaliknya semakin buruk hubungan korporasi maka akan semakin sulit. Hubungan yang kuat dengan para pemangku kepentingan adalah berdasarkan rasa hormat, kepercayaan, dan kerja sama. Theory *stakeholder* adalah sebuah konsep manajemen strategis, tujuannya adalah untuk membantu korporasi memperkuat hubungan dengan kelompok-kelompok eksternal dan mengembangkan keunggulan kompetitif.

Teory *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan individu namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* dan dengan demikian keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Gray, Kouhy dan Adams mengatakan bahwa kelangsungan hidup suatu perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholders* sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Semakin *power-full stakeholder*, maka akan semakin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari Kerjasama antara perusahaan dengan *stakeholdernya*.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa teori *stakeholder* merupakan suatu teori yang mengatakan bahwa keberlangsungan perusahaan itu tidak terlepas dari adanya peranan *stakeholder* baik dari internal maupun eksternal dengan berbagai latar belakang kepentingan yang berbeda dari setiap *stakeholder* yang ada. *Corporate Social Responsibility* dapat menjadi strategi perusahaan untuk memenuhi kepentingan dari para *stakeholder* akan informasi non keuangan perusahaan terkait dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari adanya suatu aktivitas perusahaan. Semakin baik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan membuat *stakeholder* memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan mencapai laba yang di harapkan.

### **2.1.2 Teori Legitimasi**

Legitimasi merupakan keadaan keberpihakan orang dan kelompok yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. Defenisi tersebut mengisyaratkan bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu, dan masyarakat (Purnaningsih 2018).

Legitimasi merupakan factor penting bagi perusahaan, hal ini dikarenakan legitimasi dari masyarakat dapat menjadi salah satu factor pnmntu perkembangan perusahaan. Teori legitimasi memfokuskan perusahaan terhadap interaksinya dengan masyarakat, sehingga sebuah organisasi mampu untuk menciptakan keselarasan antara nilai nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-

norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut (Mudjiyanti & Maulani, 2017)

Adapun beberapa upaya yang dapat dilakukan perusahaan didalam mengelola legitimasi agar semakin efektif

- 1) Melakukan identifikasi dan komunikasi dan dialog dengan public.
- 2) Melakukan komunikasi untuk membahas masalah nilai sosial kemasyarakatan dan lingkungan, serta membangun persepsi tentang perusahaan.
- 3) Melakukan strategi legitimasi dan pengungkapan terkait pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

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

*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat. Hacston dan Milne, menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah proses koordinasi dampak sosial dan lingkungan dan kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah wujud kepedulian dan sensitifitas perusahaan dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan, serta bagian dari upaya investasi yang mendukung keberlanjutan usaha, tak terpisah dari strategi jangka Panjang. Sejumlah riset empiris menyatakan terdapat lima keuntungan apabila perusahaan mempraktekkan CSR

secara berkelanjutan. Pertama, profitabilitas dan kinerja keuangan akan semakin kokoh. Kedua, meningkatkan akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditur, pemasok, dan konsumen. Ketiga, meningkatkan komitmen, etos kerja, efisiensi dan produktifitas karyawan. Keempat, menurun kerentanan gejolak sosial dan resistensi komunitas sekitarnya karena mereka diperhatikan dan dihargai perusahaan. Kelima, meningkatnya reputasi, Corporate branding, *goodwill (intangible asset)* dan nilai perusahaan dalam jangka Panjang (Sholihin, dkk, 2018).

Pengungkapan CSR menunjukkan bahwa perusahaan telah menerapkan kegiatan untuk melindungi kehidupan lingkungan, hak-hak karyawan, serta tanggung jawab yang dilakukan untuk komunitas. Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah agar perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial perusahaan yang telah dilaksanakan dalam periode tertentu. Pengungkapan CSR dapat diungkapkan melalui laporan tahunan perusahaan yang berisi laporan tanggung jawab sosial selama kurun waktu satu tahun. Konsep CSR tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga kepada para *stakeholder* yang berkaitan atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan.

Dari berbagai pengertian yang telah di jelaskan dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan suatu bentuk tindakan etis perusahaan atau dunia bisnis yang di arahkan untuk meningkatkan ekonomi , yang dibarengi dengan berbagai peningkatan kualitas hidup bagi karyawan, masyarakat, dan alam sekitar perusahaan.

#### 2.1.4 Indikator Corporate Social Responsibility

*Corporate Social Responsibility* memiliki tiga komponen utama yaitu: people, profit, dan planet, ketiga komponen ini menjadi acuan penilaian implementasi dan evaluasi pelaporan program tanggung jawab sosial (CSR) yang dilakukan oleh pihak eksternal yang dikenal dengan istilah triple bottom line adalah hal dasar yang menjadi acuan penilaian dari pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) (Rizky et al, 2018).

*Corporate Social Responsibility* memiliki beberapa instrument pengukuran, dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian menggunakan pedoman global reporting index (GRI) G4 yaitu 91 item pengungkapan yang diterbitkan pada tanggal 22 mei 2013. (GRI) G4 merupakan standar penilaian pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan. Penilaian melalui (GRI) memiliki 6 item yaitu aspek lingkungan, aspek ekonomi, aspek tenaga kerja dan kepatuhan kerja, aspek hak asasi manusia, aspek masyarakat, dan aspek tanggung jawab produk. Didalam ke enam aspek tersebut dalam GRI G4 yang dirinci yaitu:

1. kategori ekonomi 9 item
2. kategori lingkungan 34 item
3. kategori tenaga kerja dan kepatuhan 16 item
4. kategori hak asasi manusia 12 item
5. kategori masyarakat 11 item
6. kategori tanggung jawab atas produk 9 item

Berikut penjelasan enam indicator yang ada pada *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial menurut GRI

#### a. Ekonomi

Menurut (Laguir,2015) elemen ekonomi dari CSR adalah sarana perusahaan berurusan dengan masalah yang mungkin timbul dalam interaksinya dengan pelanggan, pemasok dan pemegang saham dipasar. Menyangkut dampak yang dihasilkan perusahaan pada kondisi ekonomi dari *stakeholder* pada sistem ekonomi tingkat local, nasional, dan global (Dea Eka Marisa dan F. Defung, 2017). perilaku bisnis dipasar di anggap sebagai indikator seberapa telah terintegrasi masalah tanggung jawab ekonomi dalam struktur organisasi dan pengambilan keputusannya. Tujuan daripada integrasi tersebut untuk memaksimalkan keuntungan jangka pendek untuk mencakup kinerja ekonomi jangka Panjang serta untuk kontribusi kesejahteraan semua masyarakat (Lie Liana Permata Sari dan Agustinus Santosa Adiwibowo, 2017)

#### b. Lingkungan

Indikator lingkungan adalah kewajiban perusahaan terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan dari operasi dan produk perusahaan, menghilangkan emisi dan limbah, mencapai efisiensi maksimum dan produktivitas tergantung pada sumber daya yang tersedia, penurunan praktik yang dapat berdampak negatif terhadap negara dan ketersediaan sumber daya generasi berikutnya (Totok Mardikanto, 2018)

(Suratno dan Mutmainah, 2006) menyatakan bahwa kinerja lingkungan adalah mekanisme bagi perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Segala

aktivitas yang menyangkut operasional perusahaan akan menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan secara langsung maupun tidak langsung, seperti; polusi, sumber daya alam yang terlalu banyak diambil, limbah, dan pencemaran lainnya. Maka dari itu, perusahaan diwajibkan memerhatikan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan, supaya lingkungan tidak rusak dan tetap terjaga kelestariannya. Karena lingkungan sangat penting untuk keberlangsungan makhluk hidup. Perusahaan bisa mengambil tindakan untuk melakukan bina lingkungan, mengatasi polusi, dan memfilter limbah supaya tidak berbahaya saat dibuang ke lingkungan sekitar.

### c. Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah sumber daya manusia yang terdapat di dalam perusahaan, yang akan melakukan segala aktivitas perusahaan sehingga menghasilkan barang atau jasa. Tenaga kerja dan perusahaan sangat berhubungan erat, perusahaan tidak akan berjalan baik apabila memiliki tenaga kerja yang kinerjanya kurang baik. Selain mementingkan tanggung jawab sosial terhadap pihak eksternal, pihak internal juga perlu diperhatikan termasuk tenaga kerja. Misalnya, memberikan gaji yang sesuai dengan standar yang berlaku, memberikan tunjangan dan asuransi, memberikan kenaikan gaji, dan diberikan pelatihan sesuai dengan bidangnya. Program CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap tenaga kerja khususnya tenaga kerja pada divisi penjualan mempunyai tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan serta memberikan motivasi untuk lebih optimal dalam bekerja. Dalam jangka panjang perusahaan akan

memperoleh hasil produksi yang maksimal karena kinerja tenaga kerja akan lebih optimal (Ahmad Hijri Alfian dan Abdul Rohman, 2013).

#### d. Hak Asasi Manusia (HAM)

Hak Asasi Manusia (HAM) adalah hak-hak dasar pekerja dan menjamin kesamaan kesempatan serta perlakuan tanpa diskriminasi atas apapun untuk mewujudkan kesejahteraan pekerja dan keluarganya dengan tetap memperhatikan perkembangan kemajuan dunia usaha dan kepentingan perusahaan (Barzah Latupono, 2011). Dalam UU No 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan telah mengatur perlindungan terhadap hak-hak pekerja antara lain:

1. Hak atas upah yang layak.
2. Hak perlindungan atas keselamatan dan kesehatan kerja, termasuk hak istirahat dan cuti.
3. Hak atas PHK.
4. Hak untuk mogok kerja dan sebagainya.

Perusahaan dengan tingkat pelanggaran HAM yang sedikit akan jauh lebih baik kondisi kerjanya jika dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat pelanggaran yang besar. Perusahaan harus berjalan sesuai dengan aturan dan norma-norma yang berlaku.

#### e. Sosial Masyarakat

Sosial masyarakat adalah pengembangan manusia yang bertujuan untuk mengembangkan potensi dan kemampuan manusia untuk mengontrol lingkungannya. Pengembangan masyarakat merupakan usaha membantu manusia mengubah sikapnya terhadap masyarakat, membantu menumbuhkan kemampuan

untuk berorganisasi, berkomunikasi dan menguasai lingkungannya. Manusia didorong untuk mampu membuat keputusan, mengambil inisiatif dan mampu berdiri sendiri (Ahmad Hijri dan Abdul Rohman, 2013). Pada saat ini sudah banyak perusahaan yang didirikan di lingkungan masyarakat. Setiap perusahaan yang didirikan menimbulkan dampak yang berbeda-beda. Dampak yang ditimbulkan dapat berupa dampak negatif atau dampak positif. Dengan adanya CSR perusahaan diwajibkan untuk memperhatikan lingkungan sekitar, salah satunya dalam pengembangan masyarakatnya. Kegiatan yang bisa diadakan dalam pengembangan masyarakat ini seperti, mensponsori atau ikut berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat, dan diadakannya pelatihan yang mampu mengasah kemampuan masyarakat agar dapat berguna untuk kehidupan sehari-hari demi mencapai kehidupan yang lebih baik lagi.

Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR adalah penganut prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya. Salah satu prinsip moral yang sering digunakan adalah golden-rules, yang mengajarkan agar seseorang atau suatu pihak memperlakukan orang lain sama seperti apa yang mereka ingin diperlakukan (Hijri Alfian dan Abdul Rohman, 2013). Dengan begitu, perusahaan yang bekerja dengan mengedepankan prinsip moral dan etis akan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat. Penulis menyimpulkan, bahwa semua perusahaan harus memberikan sikap yang baik terhadap masyarakat sekitar. Memberikan banyak manfaat dan peduli terhadap pengembangan masyarakat lainnya.

#### f. Tanggung Jawab Produk

Tanggung jawab produk adalah kewajiban perusahaan terhadap produk yang dihasilkan karena produk merupakan cerminan dan output dari perusahaan, perhatian terhadap produk dapat dilakukan perusahaan dengan menjaga keamanan serta kualitas produk itu sendiri (Ahmad Hijri Alfian dan Abdul Rohman, 2013).

Produk yang dihasilkan perusahaan harus dengan kualitas yang baik. Karena kepuasan konsumen harus sangat diperhatikan. Apabila produk sudah sesuai dengan selera yang konsumen inginkan maka konsumen akan selalu tetap setia menggunakan produk tersebut. Karena pada dasarnya apabila suatu produk memiliki kualitas yang buruk, konsumen akan merasa dirugikan dan tidak akan membeli produk itu kembali.

#### **2.1.5 Ukuran Perusahaan (Firm Size)**

Ukuran perusahaan pada umumnya dikategorikan besar atau kecil. Ukuran perusahaan merupakan karakteristik yang sering digunakan untuk menjelaskan bagaimana bisnis mengungkapkan informasi sosial dalam laporan tahunan mereka.

Perusahaan besar pada umumnya tidak akan lepas terhadap tekanan politik yaitu tuntutan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan dapat menghemat biaya politik dengan meningkatkan transparansi sosial mereka (Sumilat & Destrina, 2017). Pada perusahaan dengan skala menengah ke atas, jangkauan dalam melaporkan tanggung jawab sosialnya akan lebih besar ketimbang pada bisnis dengan skala menengah sampai yang kecil. Karena

semakin besar skala perusahaan maka semakin besar pengaruhnya terhadap jumlah karyawan dan jangkauan kegiatan perusahaan, begitu pulak sebaliknya pada perusahaan yang memiliki skala lebih kecil. Karena jumlah karyawan dan ruang lingkup operasi mereka minimal tanggung jawab manager juga terbatas (Ismayanti, 2015).

### **2.1.6 Profitabilitas**

Rasio profitabilitas ini adalah mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham tertentu. Ada tiga rasio yang sering digunakan yaitu: *profit margin*, *return on asset* (ROA), dan *return on equity* (ROE).

*Profit margin* menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan dapat menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Rasio ini bisa diinterpretasikan sebagai kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya (ukuran efisiensi) diperusahaan pada periode tertentu.

Profitabilitas sangat penting digunakan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan serta menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik di masa depan. Oleh sebab itu, perusahaan atau badan usaha akan senantiasa meningkatkan profitabilitas karena semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin meningkat kinerja perusahaan dalam mengelola asset serta semakin tinggi pula keberlangsungan hidup perusahaan tersebut.

Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan, untuk itu dibutuhkan suatu alat analisis untuk bisa menilainya. Alat analisis yang dimaksud adalah rasio-rasio keuangan. Ratio profitabilitas mengukur

efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dari investasi (Arjanggie dan Zulaikha,2015).

### **2.1.7 Leverage**

*Leverage* merupakan ukuran sejauh mana perusahaan menggunakan pembiayaan yang berasal dari hutang (Krisna dan Suhardianto,2016). Rasio *leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat resiko yang tertagih nya suatu utang. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Sebagai kesimpulan organisasi dengan rasio *leverage* yang tinggi dipaksa untuk menyatakan lebih banyak informasi daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah (Sumilat & Destrina , 2017).

Rasio ini menunjukkan risiko keuangan pada perusahaan. Pengenalan komponen modal diperoleh dari utang yang akan menguntungkan pemilik yaitu dalam bentuk keuntungan yang diterima dari pertumbuhan modal, tetapi pemilik harus membayar bunga atas hutang.

### **2.1.8 Penelitian Terdahulu**

Penelitian tentang pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas,*leverage* terhadap prngungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ini merupakan rujukan dari beberapa penelitian yang sebelumnya (replikasi) dan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Metode analisis	Hasil analisis
Dara Nida Utamie (2018)	Metode analisis regresi linear Berganda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- profitabilitas, berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR pada pelaporan keuangan perusahaan public di BEI.</li> <li>- likuiditas, berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR pada pelaporan keuangan perusahaan public di BEI.</li> <li>- solvalibilitas, berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR pada pelaporan keuangan perusahaan public di BEI. dan ukuran perusahaan yang berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR pada pelaporan keuangan perusahaan public di BEI.</li> </ul>
Jain,P.,Vyas dan Chalasani (2016)	Deskriptif analisis	- <i>Corporate social Responsibility Disclosure</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.
Khan,B.,&Thariq, R, (2017)	Regresi berganda	- Ukuran perusahaan berpengaruh positif pada luas pengungkapan CSR.
Savina Maya Trinanda M.	Regresi berganda	- Hasil menunjukkan bahwa secara parsial <i>size</i> dan <i>leverage</i> berpengaruh positif

Peneliti	Metode analisis	Hasil analisis
Yahdi noviansyah Rizal, (2018)		<p>signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan bahwa secara parsial <i>size</i> dan <i>leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>.</li> </ul>
Muhammad Rijalus, Sholihin, Harnoviansyah, Yosita Aulia (2018)	Kuantitatif	<p>Hasil penelitian ini Menemukan bahwa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- variabel kepemilikan institusi, berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR</li> <li>- dewan komisaris independen, berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></li> <li>- komite audit memiliki pengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></li> <li>- ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></li> </ul>

Peneliti	Metode analisis	Hasil analisis
Wuttichidan on, (2017)	Regresi linear berganda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR</li> <li>- Komite audit, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.</li> </ul>
Nur Sayidah (2017)	Regresi berganda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan</li> <li>- Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan</li> <li>- Leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.</li> </ul>
Arbi Tovani (2015)	Regresi berganda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- size, berpengaruh signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i></li> <li>- leverage, berpengaruh signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i></li> <li>- solvabilitas, berpengaruh signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i></li> </ul>

Peneliti	Metode analisis	Hasil analisis
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- profitabilitas , berpengaruh signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i></li> <li>- independensi auditor pada perusahaan perbankan secara parsial memiliki pengaruh yg signifikan terhadap CSR.</li> </ul>
A.Nugroho (2019)	Regresi berganda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ukuran perusahaan, tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></li> <li>- leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></li> <li>- profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR</li> </ul>
Dwi Saputri	Regresi Berganda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kepemilikan institusional, berpengaruh signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i></li> <li>- usia perusahaan, berpengaruh signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i></li> <li>- ukuran perusahaan , berpengaruh signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i></li> </ul>

Peneliti	Metode analisis	Hasil analisis
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- profitabilitas, berpengaruh signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i></li> <li>- leverage, berpengaruh signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i></li> <li>- ukuran dewan komisaris,</li> <li>- ukuran komite berpengaruh signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>.</li> </ul>

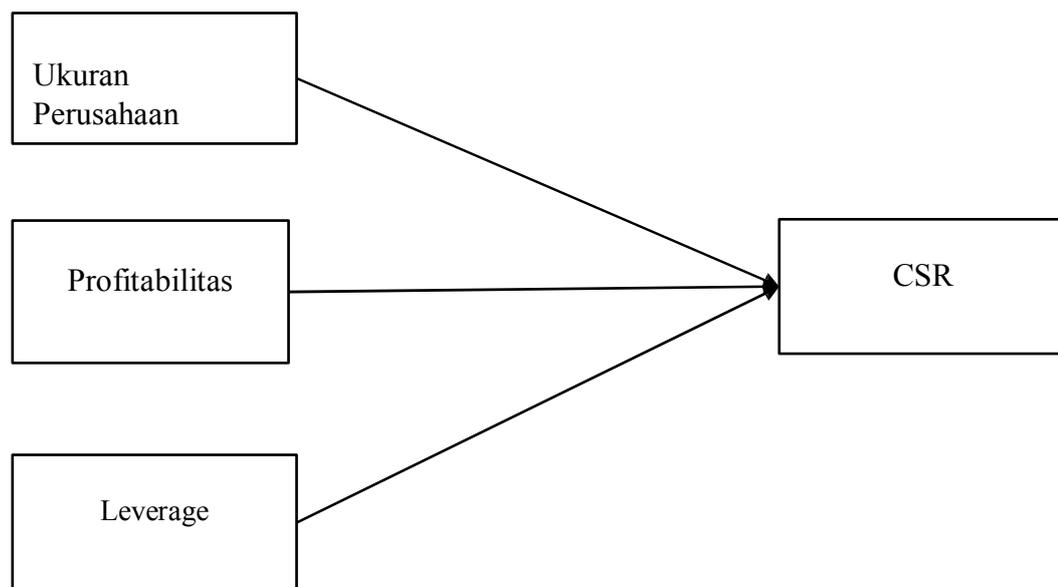
### 2.1.9 Kerangka Pemikiran

Pada beberapa tahun belakangan ini perkembangan pesat suatu konsep dalam aktivitas perusahaan. Konsep tersebut merupakan suatu tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sosial yang sering disebut dengan CSR. Munculnya konsep tersebut didorong adanya tuntutan dari *stakeholder* untuk meningkatkan kesadaran perusahaan agar lebih memperhatikan kelestarian lingkungan sosial melihat semakin merosot kondisi bumi akibat pemanasan global.

Kegiatan-kegiatan tersebut akhirnya menjadi agenda rutin bagi aktifitas perusahaan. Untuk itu perlu di adakan pelaporan mengenai aktivitas sosial perusahaan (CSR) tersebut, salah satunya didalam laporan tahunan perusahaan. Sebagaimana dinyatakan dalam PSAK no 1 (revisi, 2009) mengenai tamabahan lingkungan hidup dan laporan nilai tambah pada laporan tahunan perusahaan.

Banyak factor-faktor yang mempengaruhi perusahaan untuk mengungkapkan CSR kedalam laporan tahunan perusahaan. Berdasarkan tinjauan Pustaka serta beberapa penelitian terdahulu ,maka peneliti mengindikasikan, ukuran perusahaan,profitabilitas,leverage,kepemilikan institusi sebagai variable independen penelitian penelitian yang mempengaruhi pengungkapan CSR sebagai variabel dependen penelitian penelitian yang mempengaruhi pengungkapan CSR sebagai variabel dependen penelitian.

**Tabel 2.2. Skema Kerangka Hipotesis**



**Sumber :** Data Diolah

## **2.2 Perumusan Hipotesis**

### **2.2.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR**

Ukuran perusahaan pada umumnya dikategorikan besar atau kecil. Besar atau kecilnya ukuran suatu perusahaan dapat ditentukan dari total penjualan dan,

asset yang dilihat dari laporan keuangan maupun jumlah karyawan dari suatu perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala perusahaan dimana dapat dilihat dari total asset pada tutup buku akhir tahun. Total penjualan yang diperoleh juga dapat dijadikan sebagai patokan untuk mengukur besarnya perusahaan. Dengan tingkat penjualan yang besar mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut memiliki modal dan asset yang besar pula sehingga dapat mendukung kegiatan proses produksi dalam skala besar. Sehingga dengan tingkat penjualan yang besar dapat dipastikan akan mempengaruhi nilai suatu perusahaan, perusahaan besar cenderung membutuhkan citra yang baik guna mendapatkan relasi ataupun investor. Semakin besar perusahaan dapat memberikan asumsi bahwa suatu perusahaan tersebut dikenal oleh masyarakat luas sehingga mudah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu factor yang menentukan kemampuan perusahaan didalam menghasilkan laba.

Suatu perusahaan dapat di klasifikasikan sebagai perusahaan dengan ukuran besar jika memiliki kekayaan yang jumlahnya besar. Sebaliknya ,perusahaan dapat dikatakan memiliki ukuran yang kecil, jika kekayaan yang dimilikinya sedikit atau terbatas. Menurut (Heri 2017:11) kemampuan dalam menanggung resiko yang mungkingtimbul dari berbagai situasi dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang ukurannya besar memiliki resiko yang lebih rendah daripada dengan ukuran perusahaan yg kecil. Hal ini tentunya dikarenakan perusahaan dengan ukuran lebih besar memiliki kontrol yang lebih baik (*greater control*) dan memiliki respon yang cepat dalam berbagai situasi

ekonomi sehingga mereka mereka mampu menghadapi persaingan. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diproksikan dengan *logaritma natural* total asset.

Menurut (mulyawan 2015:247) *firm size* mengindikasikan bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan, semakin besar pulak tingkat utangnya. Ukuran perusahaan yang besar cenderung akan meningkatkan kepercayaan investor dalam berinvestasi sehingga nilai suatu perusahaan (*firm value*) tentunya akan meningkat. Perusahaan dengan ukuran besar juga dapat dengan mudah mengakses kepasr modal, hal ini dikarenakan memiliki fleksibilita dan kemampuan untuk mendapatkan dana.

Dengan kemudahan tersebut dilihat oleh calon investor dan investor sebagai signal positif dan baik bagi pengambilan keputusan investasi, yang dapat merefleksikan nilai perusahaan pada masa yang akan mendatang dimana prospek pertumbuhan yang baik sehingga ukuran perusahaan dapat memberikan pengaruh dengan arah positif terhadap nilai perusahaan (*firm value*). Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Pratiwi ,2017) yang menunjukkan hasil penelitian bahwa ukuran perusahaan berpengaruh dengan arah positif terhadap nilai perusahaan.

### **H1. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan**

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

### **2.2.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility**

Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan manfaat asset, modal dan penjualan. Menurut

(Heri ,2016: 104) Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari aktifitas bisnis yang dilakukannya. Profitabilitas dapat digunakan untuk pengukuran kinerja keuangan. Kinerja keuangan

Perusahaan dikatakan baik apabila memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Profitabilitas merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham serta membuat manajemen bebas untuk mengungkapkan CSR kepada pemegang saham (Arjanggie & Zulaikha 2015). Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosialnya. Penelitian ini menggunakan proksi *return on asset* (ROA) sebagai alat ukur karena rasio ini dapat mengukur sejauh mana perusahaan menghasilkan lab bersih pada sejumlah asset tertentu.

Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosial yang harus dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi wajib untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Penelitian milik (Ruslim *et al*, 2017), (Issa, 2017), (Dwiariani ,2017), dan (Jenny, 2018) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR. Hal ini berarti semakin meningkatnya profitabilitas perusahaan maka akan semakin meningkat pengungkapan CSR. Maka hipotesisnya dapat dirumuskan sebagai berikut:

## **H2. Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).**

### **2.2.3 Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan CSR**

*Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan finansialnya baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek, atau mengukur sejauh mana perusahaan di biayai dengan hutang. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal itu lebih tinggi. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *Leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki rasio *Leverage* rendah.

Rasio *Leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertanggihnya suatu utang. Oleh karena itu, perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban lebih tinggi untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial. Peneliti yang berhasil menunjukkan hubungan antara kedua variabel ini adalah (Belkoui dan Karpik) akan tetapi tidak semua peneliti mendukung hubungan leverage dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat disimpulkan Hipotesis sebagai berikut:

### **H3. Leverage berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Variabel Penelitian**

Variable penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Variable dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan variable independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*.

Variable penelitian merupakan suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2011).

Penelitian ini menganalisis karakter perusahaan dan regulasi pemerintah terhadap tingkat pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan secara empiris. Dengan demikian penelitian ini akan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Pengujian terhadap hipotesis akan dilakukan dengan beberapa metode penelitian yang telah dirancang sesuai dengan variable-variabel yang telah diteliti. Dengan demikian penelitian ini diharapkan akan menghasilkan data yang akurat.

##### **3.1.1 Variabel Dependen (Variabel Terikat)**

Variable dependen adalah variable yang dipengaruhi oleh variable independen serta variabel yang akan menjadi acuan utama oleh peneliti, variable

dependen pada penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### 3.1.2 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen adalah variable yang sering disebut sebagai variable *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen. Pengaruh yang diberikan dapat efek yang positif atau negative terhadap variable dependen, Variable bebas dalam penelitian ini terdiri dari ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage.

## 3.2 Defenisi Operasional

### 3.2.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

*Corporate Social Responsibility* dapat didefenisikan sebagai tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negative dan memaksimalkan dampak positif yang menyangkut dampak ekonomi sosial lingkungan (Wikandarto, 2017). Dalam melakukan pengukuran *Corporate Social Responsibility* akan menggunakan corporate social disclosure index (CSDI).

Perhitungan index CSDI dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi yaitu seitan item CSR dalam penelitian yang diungkapkan oleh perusahaan diberikan nilai 1 dan nilai 0 jika tidak di ungkapkan, maka skor dari keseluruhan item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor setiap perusahaan. Rumus untuk perhitungan CSDI adalah sebagai berikut:

**CSDI j** —

Dimana :

CSDI<sub>j</sub> : *Corporate Social Disclosure index* perusahaan j

N<sub>j</sub> : jumlah item perusahaan j

X<sub>ij</sub> : 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan

### 3.2.2 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya perusahaan (Arifin ,L., Dan Destriana, N, 2016). Ukuran perusahaan didalam penelitian ini yaitu seberapa besar asset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ukuran perusahaan di proyeksikan dengan *log natural total asset* yang bertujuan untuk mengurangi perbedaan yang signifikan antara perusahaan besar dan kecil sehingga data total asset tersebut dapat terdistribusi normal.

### 3.2.4 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Terdapat beberapa ukuran untuk menentukan profitabilitas perusahaan ,yaitu : *return of equity* Hakston dan Milne, profitabilitas mengacu pada kapasitas perusahaan untuk menghasilkan uang. Menurut (Waty, 2018) profitabilitas dapat diukur dengan:

---

### 3.2.5 Leverage

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung kepada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Dalam penelitian ini, *Leverage* diukur dengan menggunakan *Debt To Equity Ratio (DER)*. *Debt to Equity Ratio* adalah mengukur persentase liabilitas pada struktur modal perusahaan yang semakin meningkat dengan penambahan jumlah liabilitas (Sukamulja, 2017)

Adapun rumus pengukurannya sebagai berikut :

---

Untuk lebih jelasnya operasi variabel diatas dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 3.1**

#### **Ringkasan Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Devenisi</b>	<b>Skala</b>	<b>Rumus</b>
<i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Corporate Social Responsibility</i> dapat didefenisikan sebagai tanggung jawab perusahaan	Rasio	<b>CSDI j</b> —

Variabel	Devenisi	Skala	Rumus
	<p>kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negative dan memaksimalkan dampak positif yang menyangkut dampak ekonomi sosial lingkungan (Wikandarto, 2017).</p>		
Ukuran Perusahaan	<p>Ukuran perusahaan adalah skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya perusahaan (Arifin ,L., Dan Destriana, N, 2016).</p>	Rasio	

Variabel	Devenisi	Skala	Rumus
	Ukuran perusahaan didalam penelitian ini yaitu seberapa besar asset yang dimiliki oleh suatu perusahaan.		
Profitabilitas (ROA)	Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Terdapat beberapa ukuran untuk menentukan profitabilitas perusahaan	Rasio	_____
<i>Leverage (DER)</i>	<i>Leverage</i> merupakan alat	Rasio	_____

Variabel	Devenisi	Skala	Rumus
	untuk mrngukur seberapa besar perusahaan tergantung kepada kreditur dalam membiayai aset perusahaan.		

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah adalah menggunakan data sekunder yang berupa laporan tahunan periode 2021. Data sekunder sendiri dapat diperoleh dari sumber data yang tersedia dan tidak perlu mengumpulkan data dari sendiri oleh peneliti sekarang.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari data metode dokumentasi, yaitu metode yang berasal dari dokumen-dokumen yang sudah ada. Data penelitian ini berasal dari website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) tahun 2021. Metode pengambilan sampel yang yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode non random. Karena penelitian ini menggunakan seluruh populasi penelitian yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan.

### 3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

#### a. populasi

populasi dapat di defenisikan sebagai sekumpulan atau yang mengidentifikasi suatu fenomena. Dalam penelitian ini penulis memilih populasi yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2021.

#### b. sampel

sampel dapat didefenisikan sebagai sekumpulan data yang diambil atau di seleksi dari suatu populasi sesuai dengan kriteria tertentu. teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sumpling*. Adapun kriteria data perusahaan yang digunakan sebagai sample adalah sampel yang diambil berdasarkan kriteria-kriteria tertentu.

Kriteria - kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu:

1. Perusahaan manufaktur yang aktif yang tercatat di bursa efek Indonesia (BEI) selama periode 2021
2. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan secara lengkap
3. Perusahaan yang mengalami kerugian selama periode 2021 dan menggunakan mata uang rupiah

**Tabel 3.1**

#### **Daftar perusahaan manufaktur tahun 2021**

No	Kode	Nama Perusahaan		kriteria	
			1	2	3
1	INTP	Indocement Tunggal Prakasa Tbk			

2	GTSI	GTS Internasional Tbk IPO 8 September 2021			
3	SMBR	Semen Baturaja Tbk			
4	SMCB	Solusi Bangun Indonesia Tbk			
5	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk			
6	WSBP	Waskita Beton Precast Tbk	√	√	√
7	WSKT	Waskita Karya (Persero) Tbk			
8	WTON	Wijaya Karya Beton Tbk			
9	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk			
10	ARNA	Arwana Citramulia Tbk			
11	CAKK	Cahayaputra Asa Keramik Tbk			
12	KIAS	Keramika Indonesia Assosiasi Tbk	√	√	√
13	MARK	Mark Dynamics Indonesia Tbk			
14	MLIA	Mulia Industrindo Tbk			
15	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk			
16	ALKA	Alakasa Industrindo Tbk			
17	ALMI	Alumindo Light Metal Industry Tbk			
18	BAJA	Saranacentral Bajatama Tbk			
19	BTON	Betonjaya Manunggal Tbk			
20	CTBN	Citra Tubindo Tbk			
21	GDST	Gunawan Dianjaya Steel Tbk	√	√	√
22	GGRP	Gunung Raja Paksi Tbk			
23	INAI	Indal Aluminium Industry Tbk			
24	ISSP	Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk			

25	JKSW	Jakarta Kyoei Steel Works Tbk	√	√	√
26	KRAS	Krakatau Steel (Persero) Tbk	√	√	√
27	LION	Lion Metal Works Tbk	√	√	√
28	LMSH	Lionmesh Prima Tbk			
29	NIKL	Pelat Timah Nusantara Tbk			
30	PICO	Pelangi Indah Canindo Tbk	√	√	√
31	PURE	Trinitan Metals and Mineral Tbk			
32	TBMS	Tembaga Mulia Semanan Tbk			
33	AGII	Aneka Gas Industri Tbk			
34	AVIA	Avia Avian Tbk IPO 8 Desember 2021			
35	BRPT	Barito Pasific Tbk			
36	BUDI	Budi Starch and Sweetener Tbk			
37	DPNS	Duta Pertiwi Nusantara Tbk			
38	EKAD	Ekadharna International Tbk			
39	ETWA	Eterindo Wahanatama Tbk	√	√	√
40	INCI	Intan Wijaya International Tbk			
41	KUAS	Ace Oldfields Tbk IPO 9 September 2021			
42	LABA	Ladangbaja Murni Tbk IPO 10 Juni 2021			
43	MOLI	Madusari Murni Indah Tbk			
44	NPGF	Nusa Palapa Gemilang Tbk IPO 14 April 2021			
45	OBMD	OBM Drilchem Tbk IPO 8 Desember 2021			
46	SAMF	Saraswanti Anugerah Makmur Tbk			

47	SBMA	Surya Biru Murni Acetylene Tbk IPO 8 September 2021			
48	SRSN	Indo Acitama Tbk			
49	TDPM	Tridomain Performance Materials Tbk			
50	TPIA	Chandra Asri Petrochemical			
51	UNIC	Unggul Indah Cahaya Tbk			
52	AKPI	Argha Karya Prima Industry Tbk			
53	ALPI	Asiaplast Industries Tbk			
54	BRNA	Berlina Tbk	√	√	√
55	EPAC	Megalestari Epack Sentosaraya Tbk			
56	ESIP	Sinergi Inti Plastindo Tbk			
57	FPNI	Lotte Chemical Titan Tbk			
58	IGAR	Champion Pacific Indonesia Tbk			
59	IMPC	Impack Pratama Industri Tbk			
60	IPOL	Indopoly Swakarsa Industry Tbk			
61	PBID	Panca Budi Idaman Tbk			
62	SMKL	Satyamitra Kemas Lestari Tbk			
63	TALF	Tunas Alfin Tbk			
64	TRST	Trias Sentosa Tbk			
65	YPAS	Yanaprima Hastapersada Tbk	√	√	√
66	CPIN	Charoen Pokhand Indonesia Tbk			
67	CPRO	Central Proteina Prima Tbk			
68	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk			
69	MAIN	Malindo Feedmill Tbk			

70	SIPD	Sreeya Sewu Indonesia Tbk			
71	IFII	Indonesia Fibreboard Industry Tbk			
72	SINI	Singaraja Putra Tbk			
73	SULI	SLJ Global Tbk			
74	TIRT	Tirta Mahakam Resources Tbk	√	√	√
75	ALDO	Alkindo Naratama Tbk			
76	FASW	Fajar Surya Wisesa Tbk			
77	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk			
78	INRU	Toba Pulp Lestari Tbk			
79	KBRI	Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk			
80	KSDI	Kedawung Setia Industrial Tbk			
81	SPMA	Suparma Tbk			
82	SWAT	Sriwahana Adityakarta Tbk	√	√	√
83	TKIM	Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk			
84	DEPO	Caturkarda Depo Bangunan Tbk IPO 25 November 2021			
85	INCF	Indo Komoditi Korpora Tbk			
86	INOV	Inocycle Technology Group Tbk			
87	KMTR	Kirana Megatara Tbk			
88	AMIN	Ateliers Mecaniques D'Indonesie Tbk			
89	ARKA	Arkha Jayanti Persada Tbk			
90	GMFI	Garuda Maintenance Facility Aero Asia Tbk			
91	GPSO	Geoprima Solusi Tbk IPO 7 September 2021	√	√	√

92	KPAL	Steadfast Marine Tbk			
93	KRAH	Grand Kartech Tbk			
94	ASII	Astra International Tbk			
95	AUTO	Astra Otoparts Tbk			
96	BOLT	Garuda Metalindo Tbk			
97	BRAM	Indo Kordsa Tbk			
98	DRMA	Dharma Polimetal Tbk IPO 20 Desember 2021			
99	GDYR	Goodyear Indonesia Tbk			
100	GJTL	Gajah Tunggal Tbk			
101	IMAS	Indomobil Sukses Internasional Tbk	√	√	√
102	INDS	Indospring Tbk			
103	LPIN	Multi Prima Sejahtera Tbk			
104	MASA	Multistrada Arah Sarana Tbk			
105	NIPS	Nipress Tbk			
106	PRAS	Prima Alloy Steel Universal Tbk			
107	SMSM	Selamat Sempurna Tbk			
108	ADMG	Polychem Indonesia Tbk			
109	ARGO	Argo Pantes Tbk			
110	BELL	Trisula Textile Industries Tbk			
111	CNTX	Century Textile Industry Tbk			
112	ERTX	Eratex Djaja Tbk			
113	ESTI	Ever Shine Tex Tbk			
114	HDTX	Panasia Indo Resources Tbk			

115	INDR	Indorama Synthetics Tbk			
116	MYTX	Asia Pacific Investama Tbk	√	√	√
117	PBRX	Pan Brothers Tbk			
118	POLY	Asia Pacific Fibers Tbk			
119	POLU	Golden Flower Tbk	√	√	√
120	RICY	Ricky Putra Globalindo Tbk			
121	SBAT	Sejahtera Bintang Abadi Textile Tbk			
122	SRIL	Sri Rejeki Isman Tbk			
123	SSTM	Sunson Textile Manufacture Tbk			
124	STAR	Star Petrochem Tbk			
125	TFCO	Tifico Fiber Indonesia Tbk			
126	TRIS	Trisula International Tbk			
127	UCID	Uni Charm Indonesia Tbk			
128	UNIT	Nusantara Inti Corpora Tbk			
129	ZONE	Mega Perintis Tbk			
130	BATA	Sepatu Bata Tbk	√	√	√
131	BIMA	Primarindo Asia Infrastructure Tbk			
132	CCSI	Communication Cable Systems Indonesia Tbk			
133	IKBI	Sumi Indo Kabel Tbk			
134	JECC	Jembo Cable Company Tbk			
135	KBLI	KMI Wire & Cable Tbk			
136	KLBM	Kabelindo Murni Tbk			
137	SCCO	Supreme Cable Manufacturing			

		Corporation Tbk			
138	VOKS	Voksel Electric Tbk			
139	PSTN	Sat Nusapersada Tbk			
140	JSKY	Sky Energy Indonesia Tbk			
141	SCNP	Selaras Citra Nusantara Perkasa Tbk	√	√	√
142	SLIS	Gaya Abadi Sempurna Tbk			
143	ADES	Akasha Wira International Tbk			
144	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk			
145	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk			
146	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk	√	√	√
147	BUDI	Budi Starch Sweetener Tbk			
148	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk			
149	CEKA	Cahaya Kalbar Tbk			
150	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk			
151	CMRY	Cisarua Mountain Dairy Tbk IPO 6 Desember 2021			
152	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk			
153	DLTA	Delta Djakarta Tbk			
154	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk			
155	ENZO	Moreno Abadi Perkasa Tbk			
156	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk	√	√	√
157	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk			
158	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk			
159	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk			

160	IIKP	Inti Agri Resources Tbk			
161	IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk			
162	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk			
163	IPPE	Indo Pureco Pratama Tbk IPO 9 Desember 2021			
164	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk			
165	MGNA	Magna Investama Mandiri Tbk			
166	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk			
167	MYOR	Mayora Indah Tbk			
168	NASI	Wahana Inti Makmur Tbk IPO 13 Desember 2021			
169	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk			
170	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk			
171	PMMP	Panca Mitra Multiperdana Tbk			
172	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk	√	√	√
173	PSGO	Palma Serasih Tbk			
174	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk			
175	SKBM	Sekar Bumi Tbk			
176	SKLT	Sekar Laut Tbk			
177	STTP	Siantar Top Tbk			
178	TAYS	Jaya Swarasa Agung Tbk IPO 6 Desember 2021			
179	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company Tbk			
180	WMPP	Widodo Makmur Perkasa Tbk IPO 6 Desember 2021			

181	WMUU	Widodo Makmur Unggas Tbk IPO 2 Februari 2021			
182	GGRM	Gudang Garam Tbk			
183	HMSP	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk			
184	ITIC	Indonesian Tobacco Tbk			
185	RMBA	Bentoel Internasional Investama Tbk			
186	WIIM	Wisnilak Inti Makmur Tbk			
187	DVLA	Darya Varia Laboratoria Tbk			
188	INAF	Indofarma Tbk	√	√	√
189	KAEF	Kimia Farma Tbk			
190	KBLF	Kalbe Farma Tbk			
191	MERK	Merck Indonesia Tbk			
192	PEHA	Phapros Tbk			
193	PYFA	Pyridam Farma Tbk			
194	SCPI	Merck Sharp Dohme Pharma Tbk			
195	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Tbk			
196	SOHO	Soho Global Health Tbk			
197	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk			
198	KINO	Kino Indonesia Tbk			
199	KPAS	Cottonindo Ariesta Tbk			
200	MBTO	Martina Berto Tbk	√	√	√
201	MRAT	Mustika Ratu Tbk			
202	TCID	Mandom Indonesia Tbk	√	√	√
203	UNVR	Unilever Indonesia Tbk			

204	VICI	Victoria Care Indonesia Tbk			
205	CBMF	Cahaya Bintang Medan Tbk			
206	CINT	Chitose International Tbk	√	√	√
207	FLMC	Falmaco Nonwoven Industri Tbk IPO 8 Juli 2021			
208	KICI	Kedaung Indah Can Tbk			
209	LMPI	Langgeng Makmur Industri Tbk	√	√	√
210	SOFA	Boston Furniture Industries Tbk	√	√	√
211	WOOD	Integra Indocabinet Tbk			
212	BOBA	Formosa Ingredient Factory Tbk IPO 1 November 2021			
213	HRTA	Hartadinata Abadi Tbk			
214	TOYS	Sunindo Adipersada Tbk			
215	WMUU	Widodo Makmur Unggas Tbk			
216	NPGF	Nusa Palapa Gemilang Tbk			
217	LABA	Ladangbaja Murni Tbk			
218	FLMC	Falmaco Nonwoven Industri Tbk	√	√	√
219	GPSO	Geoprima Solusi Tbk			
220	SBMA	Surya Biru Murni Acetylene Tbk			
221	GTSI	GTS Internasional Tbk			
222	KUAS	Ace Oldfields Tbk			
223	BOBA	Formosa Ingredient Factory Tbk			
224	DEPO	Caturkarda Depo Bangunan Tbk			
225	WMPP	Widodo Makmur Perkasa Tbk			

226	CMRY	Cisarua Mountain Dairy Tbk			
227	TAYS	Jaya Swarasa Agung Tbk			
228	AVIA	Avia Avian Tbk			
229	OBMD	OBM Drilchem Tbk			
230	IPPE	Indo Pureco Pratama Tbk			
231	NASI	Wahana Inti Makmur Tbk			
232	DRMA	Dharma Polimetal Tbk			

Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Berdasarkan pemilihan sampel sesuai kriteria yang telah ditentukan maka peneliti memperoleh sampel penelitian sebagai berikut:

<b>NO</b>	<b>KODE</b>	<b>NAMA PERUSAHAAN</b>
1	WSBP	Waskita Beton Precast Tbk
2	KIAS	Keramika Indonesia Assosiasi Tbk
3	JKSW	Jakarta Kyoei Steel Works Tbk
4	LION	Lion Metal Works Tbk
5	PICO	Pelangi Indah Canindo Tbk
6	ETWA	Eterindo Wahanatama Tbk
7	BRNA	Berlina Tbk
8	YPAS	Yanaprima Hastapersada Tbk
9	TIRT	Tirta Mahakam Resources Tbk
10	SWAT	Sriwahana Adityakarta Tbk
11	PRAS	Prima Alloy Steel Universal Tbk
12	IMAS	Indomobil Sukses Internasional Tbk
13	MYTX	Asia Pacific Investama Tbk
14	POLU	Golden Flower Tbk
15	BATA	Sepatu Bata Tbk
16	SCNP	Selaras Citra Nusantara Perkasa Tbk

17	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk
18	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk
19	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk
20	INAF	Indofarma Tbk
21	MBTO	Martina Berto Tbk
22	TCID	Mandom Indonesia Tbk
23	CINT	Chitose International Tbk
24	SOFA	Boston Furniture Industries Tbk
25	GPSO	Geoprima Solusi Tbk IPO 7 September 2021
26	LMPI	Langgeng Makmur Industri Tbk
27	FLMC	Falmaco Nonwoven Industri Tbk
28	GDST	Gunawan Dianjaya Steel Tbk

Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

### 3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan metode yang digunakan untuk mengolah suatu data menjadi sebuah informasi sehingga data tersebut mudah dipahami serta bermanfaat guna untuk menemukan solusi dalam suatu permasalahan terutama masalah mengenai sebuah penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

#### 3.6.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini digunakan untuk menguji data apakah data yang diperoleh tersebut layak atau tidak. Terdapat beberapa asumsi yaitu sebagai berikut:

##### 3.6.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk menguji apakah regresi variable independen dan dependen telah terdistribusikan secara normal atau tidak.

Menurut (Ghozali 2018;214) uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji normal *kolmogrov-smirnov* dengan pedoman pengambilan keputusan : (a) Nilai signifikan  $<0,05$ , distribusi adalah normal; (b) Nilai signifikan  $> 0,05$ ,distribusi adalah normal;

### **3.6.1.2 Uji Multikolinearitas**

Uji multikolienaritas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu model terdapat kolerasi antar variable independen. Menurut (Ghozali 2018;105) dalam mengindikasikan ada atau tidaknya suatu multikolienaritas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* sebagai berikut; (a) Apabila  $VIF > 10$  dan nilai  $Tolerance < 0,1$  dan  $Tolerance$  maka akan terjadi adanya multikolinearitas ; (b) apabila  $VIF < 10$  dan nilai  $Tolerance > 0,1$  dan  $tolerance$  ,maka akan tidak terjadi multikolinearitas.

### **3.6.1.3 Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terjadi perbedaan antara variable residual satu kepengamatan yang lain. Menurut (Ghozali 2018;139) model regresi yang baik yaitu apabila tidak terjadi heterokedastisitas ,apabila varian dari pengamatan satu kepengamatan yang lain tetap maka ini disebut sebagai homoskedastisitas. Uji heterokedastisitas berpedoman pada dasar pengambilan keputusan sebagai berikut : (a) Jika terdapat pola seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur seperti membentuk gelombang melebar kemudian menyempit ,maka mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas; (b) jika terdapat pola yang tidak jelas dan juga titik-titik menyebar diatas dan

dibawah pada angka 0 terletak pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.6.2 Uji Hipotesis

#### 3.6.2.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda, yaitu dengan melihat factor - factor yang mempengaruhi integritas laporan keuangan. Berikut model yang digunakan dalam penelitian ini:

Keterangan :

$Y$  = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

$\alpha$  = konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Kepemilikan Institusi

$X_2$  = Ukuran Perusahaan

$X_3$  = Tipe Industry

$X_4$  = Profitabilitas

$X_5$  = Leverage

$\epsilon$  = error

#### 3.6.2.2 Pengujian Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individu didalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Kriteria yang digunakan dalam menerima atau 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  $< 0,05$

### **3.6.2.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Nilai  $R^2$  digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variasi variable independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variable-variabel independen dalam menjelaskan dalam variable dependen sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variable-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variable dependen.