

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan dianggap sebagai lembaga yang dapat memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat selama ini, seperti memberikan kesempatan kerja, menyediakan barang yang dibutuhkan masyarakat untuk konsumsi, membayar pajak, memberikan sumbangan, dan lain-lain. Keberadaan perusahaan di tengah-tengah masyarakat telah menciptakan berbagai manfaat seperti meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan mengurangi tingkat pengangguran, namun aktivitas produksi yang dilakukan perusahaan juga dapat menimbulkan dampak negatif bagi lingkungan dan masyarakat sekitar seperti pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup. Saat ini perusahaan tidak hanya dituntut mencari keuntungan/laba semata tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial di masyarakat.

Perusahaan manufaktur dalam melaksanakan kegiatan usahanya mau tidak mau akan menghasilkan limbah yang berdampak pada masalah pencemaran lingkungan. Dan proses produksi yang dilakukan perusahaan manufaktur juga berkaitan juga dengan tenaga kerja yang dalam hal ini menimbulkan masalah keselamatan kerja.

Seperti yang kita ketahui bahwa masalah lingkungan yang terjadi khususnya di Indonesia yang berkaitan dengan CSR yaitu bencana kebakaran hutan yang terjadi di Sumatera dan Kalimantan, pencemaran, populasi yang disebabkan banyaknya kawasan industri seperti penggundulan hutan secara terus menerus yang mengakibatkan banjir dan dapat juga berdampak pada

kesehatan masyarakat. Hal tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan yang dicapai oleh perusahaan memang tidak diikuti dengan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Program CSR tidak hanya menguntungkan masyarakat di sekitar perusahaan melainkan juga bermanfaat bagi berkelanjutan bisnis perusahaan itu sendiri. Melalui kegiatan tanggung jawab sosial CSR yang biasa dikenal dengan triple bottom line diharapkan perusahaan tidak hanya berfokus pada masalah finansial tetapi juga memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan sekitarnya.

Masalah lingkungan sosial merupakan masalah yang sangat sensitive bagi masyarakat. Bagi masyarakat, perusahaan merupakan faktor pemicu adanya kerusakan yang dialami oleh lingkungan. Jika masyarakat menganggap perusahaan tidak memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya, serta tidak merasakan kontribusi secara langsung bahkan mereka merasakan dampak negatif dari beroperasinya sebuah perusahaan, maka kondisi ini menimbulkan rasa tidak percaya masyarakat terhadap sebuah perusahaan. Maka perusahaan diharapkan memiliki kepekaan terhadap masyarakat dan lingkungan dengan berkontribusi dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Hal ini yang menjadi isu utama dalam perusahaan untuk melakukan kegiatan *corporate social responsibility (CSR)*.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* merupakan suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sesuai dengan kemampuan perusahaan tersebut sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan dimana perusahaan itu berada. Untuk kelangsungan jangka panjang perusahaan, perusahaan harus memperhatikan

kepentingan stakeholdernya dan menjalin kerjasama dengan *stakeholder*. CSR adalah suatu etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan mempunyai kewajiban terhadap para pihak yang berkepentingan (*stakeholder*), yaitu termasuk didalamnya pelanggan atau customers, pegawai, investor, pemerintah, dan sebagainya. Tanggung jawab sosial adalah sebuah rasa tanggung jawab perusahaan terhadap kemungkinan kerusakan yang ditimbulkan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan sebuah bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya yang dilaksanakan secara terintegrasi dengan kegiatan operasionalnya namun dilaksanakan secara sukarela.

Laporan tahunan perusahaan merupakan media komunikasi antara perusahaan dan masyarakat yang membutuhkan informasi keuangan dan perkembangan perusahaan. Bagi perusahaan, informasi digunakan terutama oleh para investor dan calon investor dalam pengambilan keputusan. Adanya informasi yang lengkap akurat dapat membantu melakukan pengambilan keputusan yang tepat sehingga hasilnya sesuai yang diharapkan. Sedangkan bagi masyarakat, informasi tersebut digunakan sebagai dasar penilaian terhadap perusahaan tersebut.

Pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu pendekatan bagaimana perusahaan mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan perlu untuk mengungkapkan laporan kegiatannya kepada pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) di dalam laporan tahunan, atau melalui pengungkapan informasi tambahan. Tujuannya untuk

mengurangi kesenjangan antara *stakeholder* dengan perusahaan, yaitu dengan meningkatkan transparansi dan keterbukaan untuk berbagi informasi dengan para *stakeholder*.

Pengungkapan tanggung jawab sosial atau sering disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah proses pengkomunikasian efek-efek sosial dan lingkungan atas tindakan ekonomi perusahaan pada kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dan pada masyarakat secara keseluruhan. Selain itu, tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan salah satu elemen pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Salah satu media yang dapat digunakan untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan adalah melalui laporan tahunan (annual report) perusahaan. Dengan mengungkapkan CSR perusahaan nantinya dapat memperoleh legitimasi sosial sehingga perusahaan dapat memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang melalui respon positif masyarakat dan para pelaku pasar saham.

Pengungkapan tanggung jawab sosial adalah alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan dengan masyarakat sekitar perusahaan. Selain itu, pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik dalam menjelaskan berbagai dampak sosial yang ditimbulkan perusahaan tersebut.

Faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dalam penelitian ini salah satunya, leverage, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, status perusahaan. Ada beberapa kemungkinan alasan

untuk mengharapkan adanya hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan tingkat pengungkapan lingkungan dalam laporan tahunan. Alasan pertama akumulasi dan distribusi informasi akan menimbulkan biaya yang mahal, dimana perusahaan yang berukuran kecil mungkin tidak memiliki sumber daya yang diperlukan untuk mengumpulkan sejumlah besar informasi dan untuk menyebarkannya kepada publik. Alasan kedua yaitu pada perusahaan besar informasi biasanya dikumpulkan untuk pelaporan internal dan kemudian digunakan dalam pengambilan keputusan manajerial.

Setiap perusahaan di Indonesia diwajibkan untuk melakukan CSR karena hal ini telah diatur dalam Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 tentang perseoran terbatas yang menjalankan usahanya dibidang dan/berkaitan dengan sumberdaya alam melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Meningkatnya kasus-kasus antara masyarakat dan perusahaan, pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-undang tentang kewajiban pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Namun pada kenyataannya masih banyak perusahaan di Indonesia yang tidak sungguh-sungguh dalam pelaksanaannya, bahkan tidak menjalankannya sama sekali.

Penelitian mengenai corporate social responsibility (CSR) sebelumnya banyak dilakukan dimana dalam hasil penelitian tersebut ditemukan hasil yang berbeda. Pertentangan hasil penelitian tersebut dapat terjadi karena beberapa alasan seperti: perbedaan periode waktu penelitian Sembiring melakukan penelitian tahun 2002-2004 menunjukkan size, profile, dan ukuran dewan

komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sedangkan profitabilitas dan leverage berpengaruh negatif.

Febrina dan I.G.N Agung Suaryana (2011) menguji faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2007-2009. Faktor-faktor yang diteliti meliputi leverage, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, dan kepemilikan manajerial. Penelitian ini gagal membuktikan pengaruh leverage, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hanya variabel ukuran perusahaan sebagai satu-satunya faktor yang mempengaruhi kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga mendukung hipotesis ukuran perusahaan dalam teori akuntansi positif.

Menurut Reverte (2009), hasil temuannya yaitu perusahaan dengan industri yang sensitif terhadap lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap rating dari pengungkapan CSR. Industri yang lebih sensitif adalah yang dianggap memiliki resiko lebih untuk dikritik dalam hal CSR, karena aktivitas perusahaan yang melibatkan resiko lebih tinggi dari dampak lingkungan. Sektor industri yang sensitif tersebut adalah sector industry logam pertambangan, minyak dan gas, bahan kimia, kehutanan dan kertas, baja dan sejenisnya, listrik, distribusi gas, dan air.

Perbedaan hasil penelitian tersebut dapat terjadi karena beberapa alasan seperti perbedaan periode waktu penelitian, interpretasi peneliti terhadap

laporan keuangan perusahaan atas variabel yang digunakan maupun perbedaan metode pengujian yang ditempuh oleh peneliti.

Oleh karena itu, kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia masih bersifat sukarela, maka didalam praktiknya masih banyak terjadi variabilitas luasnya item-item yang dilaporkan atau diungkapkan. Hal ini dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang diprediksikan dalam penelitian ini antara lain leverage, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan dan status perusahaan BUMN.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian yang menguji apakah kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dipengaruhi oleh leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan status perusahaan BUMN. Judul yang diberikan untuk penelitian ini adalah: **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan permasalahan yang hendak diteliti dalam penelitian ini dituangkan dalam bentuk pertanyaan, yaitu “Apakah terdapat pengaruh dari variabel leverage, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan dan status perusahaan BUMN terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia?”. Sesuai dengan rumusan

masalah ini, maka dapat dijabarkan menjadi beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah leverage perusahaan berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan?
2. Apakah profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan?
4. Apakah ukuran komisaris berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan?
5. Apakah status perusahaan BUMN berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara *leverage* terhadap pengungkapan CSR pada laporan tahunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui antara profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada laporan tahunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui antara ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR pada laporan tahunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengetahui antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada laporan tahunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

5. Untuk mengetahui antara status perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada laporan tahunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang bersangkutan, baik manfaat secara teoritis maupun manfaat praktis.

a. Manfaat teoritis

1. Bagi penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan landasan pemikiran untuk memperbaiki keterbatasan-keterbatasan yang ada di penelitian ini.
2. Bagi Akademisi

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

b. Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat untuk memperoleh informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur secara signifikan.
2. Bagi Pengguna Laporan Keuangan

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

1.5 Batasan Masalah

Peneliti ini hanya menggunakan lima variabel independen yaitu leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan status perusahaan. Peneliti ini hanya fokus pada perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2019.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Defenisi Teori *Stakeholder*

Stakeholder merupakan individu, sekelompok manusia, komunitas, atau masyarakat, baik secara keseluruhan maupun secara parsial yang memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan. Dalam penelitian Daud dan Abrar (2008) dalam Gusti Ayu ade Ervina Rosiana dkk (2013) berpendapat bahwa **“kelompok tersebut menjadi pertimbangan paling penting untuk perusahaan mengungkapkan informasinya. Menurut teori *stakeholder*, perusahaan merupakan entitas yang beroperasi bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu sendiri tetap juga harus memberikan manfaat kepada *stakeholder*-nya”**.¹

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah suatu organisasi yang hanya sekedar bertanggung jawab terhadap para pemilik (*shareholders*) namun juga harus mementingkan dan memberi manfaat kepada para *stakeholder*-nya (pemegang saham, konsumen, investor, kreditor, supplier, pemerintah, masyarakat dan pihak-pihak lain yang berkepentingan dengan perusahaan).Ghozali dan Chariri, 2007, **“dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut”**.²

Ghozali dan Chariri (2007) dalam Achmad Badjuri (2011) yaitu **“Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya**

¹ Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, dkk (2013). “Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. ISSN: 2302-8556.

² Ghozali, Imam. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS”. Semarang; Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.

beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut”.³

Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR, dengan pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder*-rnya. Hubungan yang harmonis akan berakibat pada perusahaan dapat mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaannya.

Perusahaan merupakan bagian dari nilai sosial yang ada dalam sebuah wilayah baik yang bersifat lokal, nasional, maupun internasional berarti perusahaan merupakan bagian dari masyarakat secara keseluruhan. Masyarakat sendiri menurut definisinya bisa dijelaskan sebagai kumpulan peran yang diwujudkan oleh elemen-elemen (individu dan kelompok) pada suatu kedudukan tertentu yang perannya tersebut diatur melalui pranata sosial yang bersumber dari kebudayaan yang ada di dalam masyarakat.

Agar perusahaan mampu berkembang dan bertahan lama di dalam masyarakat maka perusahaan membutuhkan dukungan dari pada *stakeholdernya*. *Stakeholder* memerlukan beragam informasi terkait kebijakan serta aktivitas perusahaan yang nantinya akan digunakan dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, perusahaan berusaha memberikan informasi yang dibutuhkan perusahaan untuk dukungan dari *stakeholdernya*. Salah satu informasinya adalah

³ Badjuri, Achmad 2011. “Faktor-Faktor Fundamental, Mekanisme Corporate Governance, Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia. *Dinamika Keuangan dan Perbankan* Hal: 38-54 Vol. 3 No. 1. ISSN: 1979-4878

informasi yang berhubungan dengan aktivitas tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan.

2.2 Teori *Legitimasi*

Konsep *legitimasi* berhubungan dengan bagaimana peran legitimasi dalam kehidupan sosial, khususnya pada terbentuk dan bertahannya wewenang. *Legitimasi* dapat dilihat sebagai cara berkomunikasi, dalam hubungan antara perusahaan dengan masyarakat, untuk mendapat dukungan masyarakat. Manajer yang memiliki control dari proses pengambilan keputusan, memiliki insentif untuk menggunakan strategi tersebut untuk memenuhi harapan kelompok *stakeholder* yang lain.

Aditya Dharmawan Krisna, Novrys Suhardianto (2016) **“teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan berusaha mendapatkan pengakuan public bahwa usaha yang telah dilakukan perusahaan adalah benar”**.⁴ Semakin besar sumber daya yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar upaya perusahaan untuk memperoleh legitimasi dari seluruh pemangku kepentingan.

Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi secara berkesinambungan harus memastikan apakah mereka telah beroperasi di dalam norma-norma yang dijunjung tinggi masyarakat dan memastikan bahwa aktivitas mereka (perusahaan) bisa diterima oleh pihak luar perusahaan.

Seringkali keberadaan atau eksistensi perusahaan bersinggungan langsung dengan masyarakat, jika perusahaan ingin diterima oleh masyarakat maka perusahaan harus menyesuaikan diri dengan norma yang berlaku di dalam

⁴ Aditya Dharmawan Krisna, Novrys Suhardianto. 2016. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial”. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 18, No. 2, ISSN 1411-0288 print/ ISSN 2338-8137 online. Hal: 120

masyarakat. Keberadaan atau eksistensi perusahaan akan terwujud ketika keselarasan antara tindakan organisasi dan nilai-nilai dalam masyarakat berjalan sesuai dengan harapan. Namun, jika tidak terjadi keselarasan maka akan menimbulkan perbedaan antara tindakan organisasi dengan nilai masyarakat yang dapat mengancam legitimasi perusahaan.

2.3 Pengertian dan Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tanggung jawab sosial perusahaan bukanlah merupakan konsep baru dalam masyarakat, tetapi semakin meluas bersamaan dengan konsep-konsep lain. Ide tanggung jawab sosial pada dasarnya adalah bagaimana perusahaan memberi perhatian kepada lingkungannya., terhadap dampak yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan memiliki arti bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitarnya. Kegiatan perusahaan berhubungan dengan manusia, komunitas maupun lingkungan pasti memiliki dampak terhadap kehidupan sekitar perusahaan. Dampak tersebut kemungkinan dapat berupa dampak positif maupun dampak negatif. Dampak negatif yang timbul seringkali terjadi karena perusahaan tidak memperhatikan kondisi lingkungan tempat perusahaan berada. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan yang dapat bekerja sama dengan karyawan dan perwakilan mereka, masyarakat

sekitar dan masyarakat yang lebih luas untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan cara yang baik bagi bisnis maupun baik bagi pembangunan berkelanjutan. Tanggung jawab sosial adalah suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk peningkatan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi golongan keluarga, sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.

Dasar pemikiran CSR adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban mencari laba dan menaikkan nilai perusahaan dengan mensejahterakan para pemegang saham (*shareholder*), tetapi juga mempunyai kepentingan lain yaitu terhadap pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). Jadi perusahaan tidak lagi berpijak pada pemahaman mengenai single bottom line, yaitu hanya melihat nilai perusahaan dari kondisi keuangan semata, tetapi harus bertanggung jawab terhadap aspek lain, yaitu tanggung jawab perusahaan terhadap aspek sosial, lingkungan, dan keuangan atau yang disebut dengan triple bottom lines.

CSR merupakan konsep yang banyak digunakan perusahaan untuk menangani hubungan antara bisnis dengan lingkungan sosial. Konsep CSR pada umumnya menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga kepada stakeholders yang terkait atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai suatu konsep meski telah ramai diperbincangkan, sampai saat ini masih belum memiliki batasan yang sepadan. Banyak ahli dan para praktisi belum memiliki kesamaan dan memberikan definisi meskipun banyak hal memiliki kesamaan esensi.

Anggusti (2010) menyatakan bahwa CSR memiliki tujuan dan manfaat sebagai berikut:

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

Empat manfaat CSR terhadap perusahaan:

1. Brand differentiation

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

2. Peningkatan citra perusahaan

Citra perusahaan dianggap sebagai gambaran perusahaan, baik buruknyacitra perusahaan tergantung pada penilaian masyarakat, pengungkapan CSR terkait isu lingkungan, sosial, human resources dan hak asasi manusia akan meningkatkan imagebaik terhadap perusahaan dimata stakeholdernya. Program CSR dapat membantu

dalam pendanaan baik melalui pinjaman kepada pihak eksternal maupun pendanaan lewat investor karena perusahaan yang peduli terhadap lingkungan pada sosial sosial masyarakat akan lebih dipercaya dengan citranya yang baik. Shareholder akan mempertimbangkan mengenai CSR dan etika bisnis perusahaan, sebelum mereka memutuskan untuk menanamkan modalnya.

3. License to operate

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

4. Risk management

Manajemen resiko merupakan isu sentral bagi setiap perusahaan.Reputasi perusahaan yang dibangun bertahun-tahun bisa runtuh dalam sekejap oleh skandal korupsi, kecelakaan, karyawan, atau kerusakan lingkungan.Membangun budaya “doing the right thing” berguna bagi perusahaan dalam mengelola resiko-resiko bisnis.Perusahaan secara tidak langsung memperkecil resiko terkait isu-isu lingkungan dan sosial masyarakat dengan melakukan pengungkapan CSR.⁵

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

2.4 Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) di Indonesia

Sebelum membuat keputusan investasi, investor biasanya peduli terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan. Dengan mengungkapkan informasi mengenai isu-isu sosial dan lingkungan, perusahaan dapat meningkatkan citranya dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Dalam hal ini perusahaan memberikan informasi sosial berhubungan dengan kegiatan di lingkungan, masyarakat, tempat kerja, dan konsumen. Tindakan tersebut harus dapat diterima oleh semua pihak stakeholder.

Pengungkapan (disclosure) berkaitan dengan laporan keuangan, dimana mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha. Jika suatu transaksi tidak dapat dimasukkan sebagai bagian dari laporan keuangan utama, maka transaksi tersebut diungkapkan melalui cara lain dari informasi lain. Pengungkapan melibatkan keseluruhan proses pelaporan. Terdapat tiga kriteria pengungkapan yang digunakan yaitu cukup (adequate), wajar (fair), dan lengkap (full). Pengungkapan pertama yaitu pengungkapan cukup artinya cakupan pengungkapan minimal yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah agar informasi yang disampaikan tidak menyesatkan. Pengungkapan kedua yaitu pengungkapan wajar yang artinya tujuan etis dalam memberikan perlakuan yang sama dan bersifat umum terhadap semua pemakai informasi yang relevan. Dan pengungkapan yang ketiga yaitu pengungkapan lengkap artinya penyajian semua informasi yang relevan.

Pengungkapan adalah pengeluaran informasi yang ditujukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial

adalah agar perusahaan dalam periode tertentu. Penerapan CSR dapat diungkapkan perusahaan dalam media laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang berisi laporan tanggung jawab sosial perusahaan selama kurun waktu satu tahun berjalan.

Siti Rafidah; H. Achmad Uzaimi, SE.Ak.,M.Si; Asri Eka Ratih, SE.,M.Si bahwa **“Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan cara yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan kepada kelompok khusus yang berkepentingan dan masyarakat luas tentang kegiatan perusahaan sebagai bukti bahwa perusahaan itu peduli terhadap dampak sosial serta lingkungan yang ditimbulkan perusahaan tersebut”**.⁶

Masyarakat sebagai pihak luar perusahaan membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi. Oleh karena itu, perkembangan saat ini akuntansi konvensional telah banyak dikritik karena tidak dapat mengkoordinasi kepentingan masyarakat secara luas.

Menurut Darwin (2004) dalam dijelaskan bahwa **“pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan**

⁶Siti Rafidah; dkk. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tnggung Jawab Sosial Dalam Laporan Tahunan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yng Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015). Jurnal Kajian Akuntansi. Hal 4

interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi dibidang hukum”.⁷

2.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan

Setiap perusahaan mempunyai kebijakan yang berbeda-beda mengenai kebijakan pengungkapan sosial sesuai dengan karakteristik perusahaan. Terdapat beberapa factor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diproksikan kedalam *leverage*, *profitabilitas*, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan dan status perusahaan.

2.5.1 *Leverage*

***Leverage* merupakan pengukur besarnya aktiva yang dibiayai dengan hutang. Hutang yang digunakan untuk membiayai aktiva berasal dari kreditor, bukan dari pemegang saham ataupun investor⁸. *Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung kepada kreditur dalam membiayai asset perusahaan. Tingkat *leverage* adalah untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak luar. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* rendah berarti lebih banyak**

⁷ Azwir Nasir. 2013. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas, Ukuran, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar di BEI. Jurnal Ekonomi. Hal: 4 Vol. 21 No. 4

⁸ Mungky Felicia & Ni Ketut Rasmini 2015 “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI” E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 12.2 (2015) : 143-153. ISSN : 2302 – 8556.

mempunyai asetnya dengan modal sendiri. *Leverage* merupakan rasio untuk mengukur besarnya aktiva yang dibiayai oleh utang atau proporsi total utang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham.

Rasio *leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang.

Leverage menggambarkan sejauh mana modal pemilik dapat menutupi hutang kepada pihak luar di luar perusahaan. *Leverage* yang semakin tinggi kemungkinan besar perusahaan mengalami pelanggaran terhadap kontrak hutang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Agar laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial.

2.5.2 Profitabilitas

Penelitian ilmiah terhadap hubungan profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial beragam. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Dan rasio ini memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Tujuan yang dicapai perusahaan adalah memperoleh laba yang maksimal.

Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh

laba yang dihasilkan.⁹ Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Dengan terpenuhinya tanggung jawab agen kepada principal memperoleh keuntungan, memberikan keleluasaan kepada manajemen entitas untuk melakukan CSR sebagai strategi dalam menjaga hubungan baik dengan stakeholder lainnya.

Manajemen perusahaan yang memiliki pemahaman dan pengetahuan mengelola perusahaan dengan baik akan mampu menciptakan profit atau keuntungan. Hal ini membuat manajemen perusahaan akan lebih memahami pentingnya tanggung jawab sosial untuk diungkapkan di dalam laporan tahunan perusahaan.

Dalam hubungannya dengan tanggung jawab sosial, profitabilitas suatu perusahaan memiliki laba yang tinggi, maka perusahaan tidak disarankan untuk melaporkan hal-hal yang mengganggu tentang suksesnya keuangan perusahaan. Sebaliknya, ketika profitabilitas perusahaan rendah maka perusahaan berharap para pengguna akan membaca “good news” kinerja perusahaan. Mengingat ketidakkonsistenan dari hasil penelitian terdahulu maka penelitian ini peneliti akan menguji kembali pengaruh dari profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan di Bursa Efek Indonesia (BEI).

⁹ Ibid

2.5.3 Ukuran Perusahaan (*Firm's Size*)

Ukuran perusahaan merupakan skala pengklasifikasian perusahaan berdasarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dicerminkan melalui total aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan¹⁰

Ukuran perusahaan adalah variabel penduga yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan total aktiva, long size, nilai pasar saham, dan lain-lain. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan total aset, dimana total aset suatu perusahaan berbeda-beda, dapat dilihat dari perbedaan total aset yang dimiliki perusahaan lain, yang dapat dikonsumsi bahwa perusahaan yang besar memiliki total aset yang cukup besar yang dapat mengungkapkan tanggung jawabnya dan meningkatkan laba perusahaan. Total aset ini dapat dilihat dari jumlah aset perusahaan pada tahun yang diteliti.

2.5.4 Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan organ yang berwenang dalam mengawasi kegiatan manajemen perusahaan. Hal ini disebabkan agar perusahaan berjalan sesuai dengan tujuan dan anggaran dasar perusahaan yang telah ditetapkan.¹¹ Dewan komisaris sebagai organ perusahaan bertugas dan bertanggung jawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan dengan baik. Namun, dewan komisaris tidak boleh ikut serta dalam

¹⁰ Hanifa Zulhaimi, Neng Riyanti Nuraprianti 2019. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure". Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan, 7 (3), 2019, 555-566.

¹¹ Ibid

pengambilan keputusan operasional. Dewan komisaris sebagai puncak dari sistem pengelolaan internal perusahaan, memiliki peranan terhadap aktivitas pengawasan. Komposisi dewan komisaris akan menentukan kebijakan perusahaan termasuk praktik dan pengungkapan CSR.

Keberadaan komisaris independen dapat mendorong dewan komisaris mengambil keputusan secara objektif yang melindungi seluruh pemangku kepentingan. Jika dikaitkan dengan teori agensi maka ukuran atau jumlah dewan komisaris yang semakin besar akan memudahkan perusahaan dalam mengawasi dan memonitoring tindakan yang dilakukan manajemen dengan efektif.

Tugas utama dari dewan komisaris salah satunya adalah melakukan fungsi pengawasan terhadap manajemen, sehingga dalam melaksanakan tugasnya komisaris independen dapat menunjukkan independensinya dengan kompetensi yang terbaik untuk kepentingan perusahaan.

2.5.5 Status Perusahaan

Status perusahaan secara umum dapat dibedakan menjadi 2 kategori yaitu perusahaan BUMN dan non BUMN. Berdasarkan SK No. 236/MBU/2003 yang menyatakan bahwa perusahaan BUMN wajib melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosialnya melalui Program dan Bina Lingkungan (PKBL).

Pada dasarnya Program dan Bina Lingkungan (PKBL) merupakan wujud kepedulian perusahaan terhadap kondisi masyarakat sekitar, khususnya dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan koperasi dari laba yang disisihkan oleh perusahaan. Program dan Bina Lingkungan (PKBL) terdiri dari 2 program yaitu Program Kemitraan yaitu program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil

agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Dan program kedua yaitu program Bina Lingkungan adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN di wilayah usaha BUMN tersebut melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.

Undang-undang N0.40 Tahun 2007 tentang Perseoran Terbatas (“UUPT”) serta Peraturan Pemerintah No.47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseoran Terbatas (“PP 47/2012”). Undang-undang No. 40/2007 tentang Perseoran Terbatas (Pasal 74) mewajibkan perusahaan di Indonesia untuk melakukan CSR. Lebih khusus lagi, dalam ayat 1 Undang-Undang tersebut, disebutkan bahwa perseoran yang menjalankan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam, dikenai kewajiban untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dan lingkungan. Dalam Peraturan Menteri Negara BU,N NO. 4 tahun 2007, yakni 2% laba perusahaan harus disisihkan untuk PKBL (Program Kemitraan dan Bina LIngkungan). Tampaknya, ketentuan 2% laba ini menjadi batasan umum bagi perusahaan yang mengimplementasikan program CSR. Tetapi, secara praktis, tidak ada larangan jika perusahaan ingin menganggarkan lebih banyak lagi.

2.6 Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian terdahulu tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia telah banyak dilakukan, salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Purnasiswi (2011) berusaha menguji dan menganalisis pengaruh dari variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia pada tahun 2009. Penelitian ini menggunakan variable dependen pengukuran pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan pada kategori *Global Reporting Initiative (GRI)* versi 3.0 yang dilihat di dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa secara simultan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Novita dan Chaerul D. Djakman (2008) berusaha menguji pengaruh struktur kepemilikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR Disclosure) pada laporan tahunan perusahaan public yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2006. Penelitian ini menemukan hasil bahwa struktur kepemilikan asing termasuk kepemilikan asing Eropa dan United States tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian ini membuktikan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan.

Darwis (2007) melakukan penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *financial leverage* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan high profile di BEI. Perusahaan *high profile* yang dimaksud dalam penelitiannya adalah perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat risiko politik yang tinggi atau kompetisi yang ketat. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan, sementara profitabilitas perusahaan memiliki hubungan yang negatif tetapi tidak signifikan, sedangkan *financial leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

Nike Nur Aini dan Nur Cahyonowati (2011) melakukan penelitian mengenai pengaruh ukuran dewan komisaris, independensi dewan komisaris, independensi komite audit, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, dan kepemilikan terkonsentrasi. Penelitian ini menemukan hasil bahwa ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional dan kepemilikan asing yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan untuk independensi dewan komisaris, independensi komite audit, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan terkonsentrasi tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Anggraini (2006) melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial pada perusahaan go public di Bursa Efek Jakarta dengan metode purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya persentase kepemilikan manajemen dan tipe industri yang berpengaruh signifikan terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial dengan arah sesuai prediksi. Tingkat *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Purnasari (2011)	ukuran perusahaan, profitabilitas dan <i>leverage</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas,

			dan <i>leverage</i> berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2	Novita dan Chaerul D. Djakman (2008)	kepemilikan asing (Eropa dan United States) dan kepemilikan institusional, control tipe industry, ukuran perusahaan, kategori BUMN dan non BUMN	Penelitian ini menunjukkan bahwa struktur kepemilikan asing termasuk kepemilikan asing Eropa dan United States tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial, dan struktur kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan.
3	Darwis (2007)	ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , profitabilitas, dan <i>financial leverage</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan, sementara profitabilitas perusahaan memiliki hubungan yang negatif tetapi tidak signifikan, sedangkan <i>financial leverage</i> tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR

			perusahaan.
4	Nike Nur Aini dan Nur Cahyono wati (2011)	ukuran dewan komisaris, independensi dewan komisaris, independensi komite audit, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, dan kepemilikan terkonsentrasi	Penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional dan kepemilikan asing yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan untuk independensi dewan komisaris, independensi komite audit, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan terkonsentrasi tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
5	Anggraini (2006)	Kepemilikan manajemen, tipe industri, tingkat <i>leverage</i> , profitabilitas, dan ukuran perusahaan.	Penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen dan tipe industri yang berpengaruh signifikan sedangkan tingkat <i>leverage</i> , profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan.

2.7 Pengembangan Hipotesis

2.7.1 Pengaruh *Leverage* Perusahaan Terhadap kebijakan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Leverage merupakan rasio untuk mengatur besarnya aktiva yang dibiayai oleh utang atau proporsi total utang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan perusahaan dengan tingkat *leverage* yang lebih rendah.

Menurut Anggraini (2006) dalam Linda Santioso dan Natasha Caesar Devona (2012) “**ratio *leverage* adalah perbandingan antara dana-dana yang dipakai untuk membelanjai atau membiayai perusahaan atau perbandingan antara dana yang diperoleh dari ekstern perusahaan (dari kreditu-kreditur) dengan dana yang disediakan pemilik perusahaan. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang**”.¹²

H1 :*Leverage* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan.

2.7.2 Pengaruh Profitabilitas Perusahaan Terhadap Kebijakan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perusahaan

¹²Santioso, Linda dan Natasha Caesar Devona. 2012. Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2008-2010. *Jurnal Akuntansi*. Hal 595-616. Vol. 12 No. 1

Rasio profitabilitas merupakan jenis rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan menghasilkan laba (*profit*) pada tingkat penjualan, aset, dan modal.

Benardi (2008) dalam Pande Putu Febri Kurniawati (2012) mengutarakan bahwa **“rentabilitas ekonomi dan profit margin yang tinggi akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang lebih rinci, sebab manajer ingin menyakinkan investor terhadap profitabilitas perusahaan”**.¹³

Profitabilitas adalah suatu faktor yang digunakan oleh manajemen untuk lebih bebas dan fleksibel dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial kepada pemegang saham. Hubungan antara profitabilitas dan kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial adalah ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, sehingga perusahaan tersebut menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang mengganggu tentang sukses keuangan tersebut.

H2 : Profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*(CSR)perusahaan.

2.7.3 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Kebijakan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perusahaan

Dewan Komisaris sebagai organ puncak pengelolaan internal perusahaan memiliki peran terhadap aktivitas pengawasan. Sehingga komposisi dewan komisaris menentukan kebijakan pengungkapan CSR.

Menurut Cowen et. Al. (1987), Sembiring (2005) dalam Maria Wijaya (2012) **“secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan**

¹³ Pande Putu Febri Kurniawati. 2012. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Pada Perusahaan Non Keuangan di BEI). Jurnal Riset Akuntansi. Hal: 5. Vol. 2 No.1

perusahaan yang lebih besar mempunyai aktivitas operasi yang lebih banyak dan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, serta mungkin akan memiliki pemegang saham yang lebih banyak yang akan selalu memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan informasi sosial perusahaan akan semakin luas”.¹⁴

H3 : Ukuran dewan komisaris perusahaan berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan.

2.7.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*(CSR) Perusahaan

Semakin besar perusahaan maka akan semakin besar juga kemungkinan perusahaan untuk melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosialnya. Berdasarkan peraturan yang dalam Pasal 66 UU Nomor 40 Tahun 2007 maka tanggung jawab sosial perusahaan harus dilaporkan dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan.

H4 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan.

2.7.5 Pengaruh Status Perusahaan Terhadap Kebijakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perusahaan

Status perusahaan dapat dikategorikan menjadi 2 kategori utama yaitu perusahaan BUMN dan perusahaan non BUMN. Perusahaan BUMN memiliki kewajiban yang lebih luas dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial dan

¹⁴ Wijaya, Maria. 2012. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi. Vol.1 No. 1.

lingkungannya. Hal ini dikarenakan sebagian besar saham yang ada di perusahaan BUMN adalah yang dimiliki oleh pemerintah, Negara atau rakyat.

Selain itu perusahaan BUMN diwajibkan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya berdasarkan ketentuan pemerintah melalui SK No.236/mbu/2003 yang menyatakan bahwa perusahaan BUMN wajib mengungkapkan tanggung jawab sosialnya melalui Program Kemitraan dan Lingkungan (PKBL).

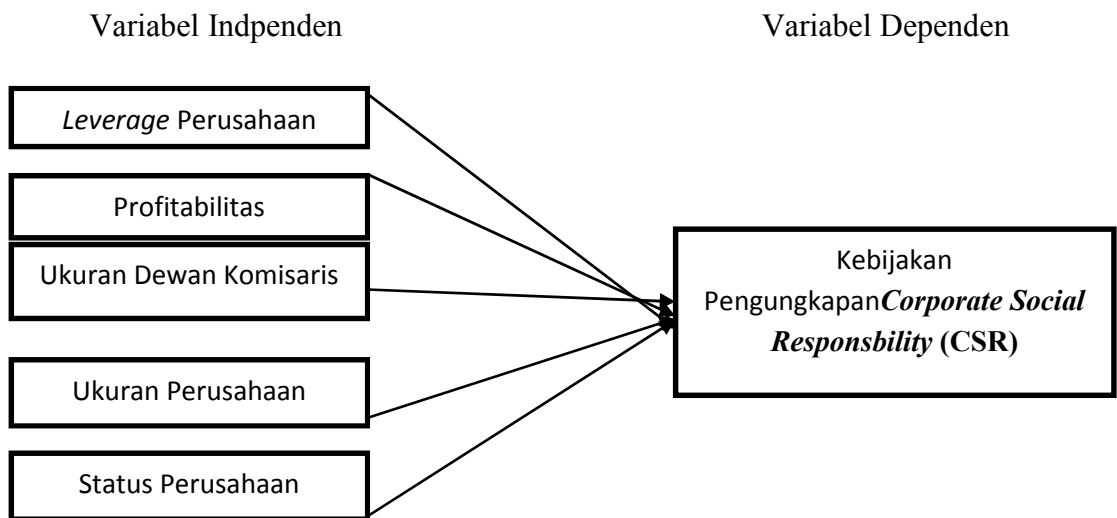
H5 : Status perusahaan BUMN berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan.

2.8 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel independennya meliputi leverage perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan dan status perusahaan. Sedangkan variabel dependennya adalah kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kerangka pemikiran teoritis untuk pengembangan hipotesis pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.1 Berikut:

Gambar 2.1

Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang telah go public dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2019.

Sampel penelitian yang dipilih dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *purposive sampling*, artinya sampel yang digunakan dalam penelitian ini sampel yang memenuhi kriteria tertentu. Kriteria-kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel sebagai berikut:

1. Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI yang menerbitkan dan mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) lengkap selama tahun 2018-2019.
2. Perusahaan yang mempublikasikan *annual report* pada website www.idx.co.id maupun website perusahaan.
3. Memiliki data yang lengkap sesuai dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.
4. Perusahaan tersebut menerbitkan laporan khusus atau laporan berkelanjutan (*sustainability report*) yang terdaftar di BEI.

Tabel 3.1

Daftar sampel perusahaan manufaktur

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	SMGR	PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk
2	INTP	PT. Indocement Tungal Perkasa Tbk

3	KAEF	PT. Kimia Farma (Persero) Tbk
4	ISSP	PT. Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk
5	KRAS	PT. Krakatau Stell (Persero) Tbk
6	AGII	PT. Aneka Gas Industri Tbk
7	BUDI	PT. Budi Starch & Sweetener Tbk
8	SMBR	PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk
9	TPIA	PT. Chandra Asri Petrochemical Tbk
10	IPOL	PT. Indopoly Swakarsa Industry Tbk
11	CPIN	PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk
12	ADRO	PT. Adaro Energi Tbk
13	INAF	PT. Indofarma (Persero) Tbk
14	AUTO	PT. Astra Otoparts Tbk
15	ADMG	PT. Polychem Indonesia Tbk
16	GJTL	PT. Gajah Tunggal Tbk
17	SMSM	PT. Selamat Sempurna Tbk
18	AMFG	PT. Asahimas Flat Glass Tbk
19	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk
20	ADMF	PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk

3.2 Jenis dan Sumber Data

jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu berupa laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang diperoleh melalui website resmi IDX (www.idx.co.id). *Leverage*, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan dan status

perusahaan di peroleh langsung dari data yang terdapat dalam Indonesian Capital Market Directory (ICMD) dengan periode waktu tahun 2018-2019.

3.2.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan metode dokumentasi, yaitu suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan mengenai laporan tahunan perusahaan diperoleh dari situs resmi BEI (www.idx.co.id) maupun website perusahaan. Penelitian kepustakaan juga dilakukan dengan cara mencari dan mempelajari dari jurnal akuntansi, buku-buku dan hasil penelitian sebelumnya yang berhubungan dalam penelitian ini.

3.3 Variabel Penelitian

3.3.1 Variabel Dependen

Variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada laporan tahunan perusahaan yang dinyatakan dalam *Corporate Social Responsibility index* (CSR*i*). Standar pengungkapan sosial yang digunakan dalam penelitian ini adalah standar pengungkapan spesifik menurut *Global Reporting Initiative* (GRI) G4. Indikator pengungkapan terdiri dari: Ekonomi, Lingkungan, Ketenagakerjaan, Hak Asasi Manusia, Masyarakatan, dan Tanggung Jawab atas Produk.

Pengukuran pengungkapan CSR dilakukan dengan cara mengamati ada atau tidaknya item standar pengungkapan yang ditemukan dalam laporan tahunan. Apabila item informasi tersebut diungkapkan dalam laporan tahunan maka diberi

skor 1, dan jika item informasi tidak diungkapkan dalam laporan tahunan maka diberi skor 0.

Perhitungan Index CSR dengan menggunakan rumus yang telah dilakukan dalam penelitian (Fahrizqi, 2010; Zulfi, 2014):

$$CSR_i = \frac{\sum X}{n}$$

Keterangan:

CSR_i : Index pengungkapan CSR

X : Jumlah item yang digunakan perusahaan,

X bernilai 1 = jika item diungkapkan,

X bernilai 0 = jika item tidak diungkapkan.

n : Jumlah item pengungkapan CSR oleh GRI G4, n = 60

3.3.2 Variabel Independen

Variabel bebas atau independen merupakan tipe variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen yang digunakan dalam penulisan initerdiri dari: *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan status perusahaan.

3.3.2.1 *Leverage*

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Skala pengukuran untuk menghitung *leverage* perusahaan adalah dengan menggunakan rasio.

Leverage yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio hutang terhadap modal sendiri (debt to total asset ratio).

Perhitungan Debt to Total Asset Ratio dengan menggunakan rumus yang telah dilakukan dalam penelitian (Hary Ardian, 2013):

$$\text{Debt to Total Asset Ratio} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Asset}}$$

3.3.2.2 Profitabilitas

Profitabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan ROA (return on asset) berdasarkan penelitian yang dilakukan Fahrizqi (2010). ROA adalah rasio yang menunjukkan kemampuan dari modal yang di investasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan.

ROA dapat dirumuskan dalam penelitian (Hary Ardian, 2013):

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

3.3.2.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan dilihat dari berbagai aspek, ukuran perusahaan bisa didasarkan pada jumlah aktiva (aktiva tetap, tidak terwujud, dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma total aset perusahaan dari yang bertujuan untuk mewakili ukuran perusahaan. Semakin besar total aset maka semakin besar ukuran perusahaan. Variabel ini diukur dengan Ln aset dalam penelitian (Hary Ardian, 2013):

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

3.3.2.4 Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah salah satu mekanisme yang banyak dipakai untuk memonitor manajer. Ukuran dewan komisaris yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah seluruh dewan komisaris dalam suatu perusahaan. Ukuran dewan komisaris dihitung dengan cara menghitung jumlah dewan komisaris yang disebutkan dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan.

3.3.2.5 Status Perusahaan

Perusahaan BUMN memiliki kewajiban dalam pengungkapan corporate social responsibility (CSR) melalui program PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan). Program PKBL untuk perusahaan BUMN didasarkan pada SK No. 236/MBU/2003. Perusahaan yang dimasukkan dalam status BUMN diberi angka 1 (satu) sedangkan perusahaan Non BUMN diberi angka nol.

3.4 Metode Analisis Data

3.4.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan memberikan gambaran tentang distribusi frekuensi variabel-variabel dalam penelitian ini, pengukuran dalam penelitian terdiri dari nilai maksimum, minimum, rata-rata (mean) dan standar deviasi

3.4.2 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Setelah mengumpulkan

semua data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan serangkaian tahap perhitungan dan pengolahan data tersebut, agar dapat mendukung hipotesis yang telah diajukan. Adapun persamaan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1\text{LEV} + \beta_2\text{ROA} + \beta_3\text{ROKOM} + \beta_4\text{LOG_ASSET} + \beta_5\text{BUMN} +$$

ε

Keterangan:

Y : Jumlah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

α : Konstanta

LEV : Tingkat Leverage

KOM : Ukuran Dewan Komisaris

ROA : Profitabilitas

LOG_ASSET : Ukuran Perusahaan

BUMN : (BUMN/Non); Perusahaan BUMN = 1, Non BUMN = 0

$\beta_1 \dots \beta_4$: Koefisien $X_1 \dots X_4$

ε : Error

Adapun tahap-tahap perhitungan dan pengolahan data sebagai berikut:

1. Mengitung karakteristik implementasi CSR Disclosure perusahaan yang diprosikan dalam variabel leverage perusahaan, profitabilitas, ukurab perusahaan, ukkuran dewan komisaris dan kategori BUMN dan Non BUMN.
2. Menghitung indeks CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan atau laporan berkelanjutan (Sustainability Report) perusahaan dengan pedoman item pengungkapan CSR dari GRI .

3. Menghitung model regresi.

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang baik harus memiliki distribusi data normal atau mendekati normal dan bebas dari asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Setelah data berhasil dikumpulkan terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik, dengan tahapan sebagai berikut:

3.4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menguji apakah dalam model regresi, variabel variabel dependen, variabel independen atau keduanya memiliki distribusi normal. Dalam uji normalitas ini untuk mendeteksi apakah residual normal atau tidak menggunakan dua cara, yaitu melalui analisis grafik dan analisis statistik. Alat uji yang digunakan dengan analisis grafik normal probability plot dan uji statistic dengan Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample K-S). Dasar pengambilan keputusan dengan analisa grafik normal probability plot adalah (Ghozali, 2009) dalam :

1. **Jika tidak menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.**
2. **Jika titik menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas¹⁵**

¹⁵ Adila, Nur. 2016. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dalam Laporan Tahunan Perusahaan. Hal: 32

Dasar pengambilan keputusan uji statistik dengan Kolmogorov-Smirnov Z (I Sample K-S) adalah (Ghozale, 2009):

- 1. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) kurang dari 0.05, maka H_0 ditolak.
Hal ini berarti data residual terdistribusi tidak normal.**
- 2. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) kurang dari 0.05, maka H_0 diterima.
Hal ini berarti data residual terdistribusi normal.¹⁶**

3.4.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel bebas di dalam model regresi. Multikolinieritas dapat disebabkan oleh adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam regresi dapat dilihat dari nilai Tolerance dan variance inflation faktor (VIF). Jika nilai tolerance $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 maka model regresi tersebut bebas dari multikolinieritas.

3.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas, maka dapat dilihat grafik plot dan uji statistik. Melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi

¹⁶ Ibid, Hal: 33.

ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED. Sedangkan uji statistik yang digunakan adalah uji Glejser. Jika independen signifikan < 0.05 secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi Heteroskedastisitas. Jika signifikansi terjadi > 0.05 , maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya Heteroskedastisitas.

3.4.3.4 Uji Autokorelasi

Menurut Imam Ghozali “**Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya).**”¹⁷ Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Pendekatan yang sering digunakan untuk menguji autokorelasi adalah uji Darbin-Watson (DW test). Uji Darbin-Watson dapat mendiagnosis ada tidaknya autokorelasi dalam suatu model regresi.

3.4.4 Uji Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

3.4.4.1 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistic dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Hal

¹⁷Imam, Ghozali. 2013. **Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23**. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2016. Hal: 107.

ini dapat dilihat dari nilai signifikan t 5%. Uji ini dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi 5%, dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Bila signifikansi $t < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_A diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Apabila nilai signifikansi $t > 0.05$, maka H_0 diterima H_A ditolak, yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

3.4.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa jauh tingkat kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai R^2 yang kecil, berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

