

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam menjaga eksistensinya, perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Ada hubungan resiprokal (timbal balik) antara perusahaan dengan masyarakat. Perusahaan dengan masyarakat adalah pasangan hidup yang saling memberi dan membutuhkan. Kontribusi dan harmonisasi keduanya akan menentukan keberhasilan pembangunan bangsa. Dua aspek penting tersebut harus diperhatikan agar tercipta kondisi sinergis antara keduanya, sehingga keberadaan perusahaan membawa perubahan ke arah perbaikan dan peningkatan taraf hidup masyarakat.

IAI dalam PSAK No. 1 (revisi 2009) pragraf 09 secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah lingkungan dan sosial yaitu **“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup, laporan nilai tambah khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”<sup>1</sup>**.

---

<sup>1</sup> Hary Ardian, Skripsi, **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan**, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, 2013, Hal 1

Pernyataan ini secara jelas menyatakan bahwa perusahaan yang bergerak di bidang industri yang menghasilkan limbah harus bertanggung jawab dan memiliki kepedulian terhadap lingkungan disekitarnya. Dengan dikeluarkannya ketentuan ini diharapkan kesadaran perusahaan terhadap lingkungan semakin bertambah. Ketentuan mengenai praktik tanggung jawab sosial perusahaan juga diatur dalam Undang-Undang R.I. No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan” menyebutkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Peraturan lain yang mengatur mengenai kewajiban pengungkapan CSR juga diatur didalam Undang-Undang Penanaman Modal No. 25 tahun 2007 pasal 15 bagian (b), pasal 17, dan pasal 34 yang mengatur bahwa setiap penanaman modal diwajibkan untuk ikut serta dalam tanggung jawab sosial.

Dari aspek ekonomi, perusahaan harus berorientasi mendapatkan keuntungan dari aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat. Perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab dalam perolehan keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungannya.

Jika masyarakat menganggap perusahaan tidak memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya serta tidak merasakan kontribusi secara langsung bahkan merasakan dampak negatif dari beroperasinya sebuah perusahaan maka kondisi itu

akan menimbulkan resistensi masyarakat. Komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan bangsa dengan memperhatikan aspek finansial atau ekonomi, sosial, dan lingkungan (*triple bottom line*) itulah yang menjadi isu utama dari konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan.

CSR adalah komitmen perusahaan yang menekankan bahwa perusahaan harus mengembangkan etika bisnis dan praktik bisnis yang berkesinambungan (*sustainable*) secara ekonomi, sosial dan lingkungan. Konsep ini berkaitan dengan perlakuan terhadap *stakeholder* baik yang berada di dalam dan di luar perusahaan secara bertanggungjawab baik secara etika maupun sosial.

Menurut Holmes (1976) dalam Anggara Fahrizqi (2010) menyatakan **tanggung jawab sosial pada dasarnya adalah bagaimana perusahaan memberi perhatian kepada lingkungannya, terhadap dampak yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan<sup>2</sup>**. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan 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 untuk menjelaskan berbagai dampak sosial yang ditimbulkan perusahaan.

---

<sup>2</sup> Anggara Fahrizqi, Skripsi, **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan**, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2010, Hal 2

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan harus dapat berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi, beriringan dengan meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat luas. Hal ini bisa dilakukan dengan mengerti aspirasi dan kebutuhan *stakeholder* dan kemudian berkomunikasi dan berinteraksi dengan para *stakeholder*.

Konsep CSR pada umumnya menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholder* yang terkait dan atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Perusahaan yang menjalankan aktivitas CSR akan memperhatikan dampak operasional perusahaan terhadap kondisi sosial dan lingkungan dan berupaya agar dampaknya positif. Sehingga dengan adanya konsep CSR diharapkan kerusakan lingkungan yang terjadi di dunia, mulai pengundulan hutan, polusi udara dan air, hingga perubahan iklim dapat dikurangi.

Berbagai dampak dari keberadaan perusahaan ditengah-tengah masyarakat telah menyadarkan masyarakat di dunia bahwa sumber daya alam adalah terbatas dan oleh karenanya pembangunan ekonomi harus dilaksanakan secara berkelanjutan, dengan konsekuensi bahwa perusahaan dalam menjalankan usahanya perlu menggunakan sumber daya dengan efisien dan memastikan bahwa sumber daya tersebut tidak habis, paling tidak perusahaan perlu berupaya melaksanakan konsep tersebut.

Kesadaran *stakeholder* akan pentingnya pembangunan berkelanjutan yang dilakukan oleh perusahaan mendorong perusahaan untuk mengungkapkan praktik-praktik atau kegiatan CSR yang dilakukan. Lebih lanjut lagi bahwa tekanan *stakeholder* terhadap perusahaan untuk dapat secara efektif menjalankan kegiatan lingkungannya serta tuntutan agar perusahaan menjadi akuntabel juga menyebabkan meningkatnya perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Menurut Sartono dalam Hary Ardian (2013) menyatakan *Profitabilitas* diprediksi sebagai salah satu variabel yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Profitabilitas* menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba melalui penjualan, total aktiva dan ekuitas (modal sendiri). Semakin tinggi *profitabilitas* maka semakin tinggi efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan fasilitas perusahaan<sup>3</sup>.

Ukuran perusahaan adalah variabel yang paling banyak digunakan dan diduga mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan besar umumnya memiliki aktiva yang besar, penjualan besar, *skill* karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih, jenis produk yang banyak, struktur kepemilikan lengkap, sehingga membutuhkan tingkat pengungkapan yang lebih besar.

Selain itu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga dipengaruhi oleh *leverage ratio* perusahaan. *Leverage ratio* berhubungan positif dengan

---

<sup>3</sup> Hary Ardian, **Op. Cit**, hlm 5

pengungkapan, karena perusahaan yang beresiko tinggi berusaha meyakinkan investor dan kreditor dengan pengungkapan yang lebih detail.

Terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan atau *Corporate Sosial Responsibility Disclosure* (CSRSD) perusahaan. Menurut Munif dalam Hary Ardian (2013) menyatakan ada beberapa standar untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan., salah satunya adalah pedoman pengungkapan CSR *Global Reporting Indeks* dari *Global Reporting Initiatives* (GRI)<sup>4</sup>. Pedoman dari GRI ini banyak digunakan sebagai patokan oleh para peneliti untuk mengukur kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

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 di prediksi dalam penelitian ini antara lain *leverage*, *profitabilitas*, ukuran perusahaan. Karena menurut penulis faktor-faktor yang paling signifikan dapat mempengaruhi kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial adalah, *leverage*, *profitabilitas*, dan ukuran perusahaan.

Sesuai dengan pemikiran latar belakang penelitian tersebut, maka termotivasi untuk melakukan pembahasan dalam tulisan skripsi yang berhubungan dengan kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dipengaruhi oleh *leverage* perusahaan, *profitabilitas*, dan ukuran perusahaan. Adapun judul

---

<sup>4</sup> Ibid

pembahasan dalam skripsi ini adalah: **ANALISIS PENGARUH *LEVERAGE*, *PROFITABILITAS*, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KEBIJAKAN PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2017-2018.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh dari variabel *leverage*, *profitabilitas*, dan ukuran perusahaan terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan pada perusahaan manufaktur subsektor industri makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2018?”. Sesuai dengan rumusan masalah ini, maka dapat dijabarkan menjadi beberapa pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah *leverage* perusahaan berpengaruh positif terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Apakah *profitabilitas* perusahaan berpengaruh positif terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

4. Apakah *leverage* perusahaan, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara bersamaan berpengaruh positif terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris terhadap hal-hal tersebut di atas antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *profitabilitas* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* perusahaan, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara bersamaan, terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan di bidang pengembangan ilmu akuntansi keuangan dan memberikan informasi yang berguna bagi investor maupun calon investor dalam melakukan analisa laporan keuangan perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam keputusannya terkait dengan



keputusan investasi, terutama mengenai bagaimana kinerja keuangan perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

2. Memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan di bidang pengembangan ilmu akuntansi manajemen, dan memberikan informasi yang berguna bagi investor maupun calon investor dalam melakukan analisa laporan keuangan perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam keputusannya terkait dengan keputusan investasi, terutama mengenai bagaimana pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan yang kemudian diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.
3. Memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan di bidang pengembangan ilmu pada akuntansi keprilakuan, dan memberikan informasi yang berguna bagi investor maupun calon investor dalam melakukan analisa laporan keuangan perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam keputusannya terkait dengan keputusan investasi, terutama mengenai faktor apa yang mendorong perilaku perusahaan untuk mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan perusahaan.
4. Memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan yang praktis bagi manajemen perusahaan dan memberikan informasi yang berguna bagi investor maupun calon investor dalam melakukan analisa laporan keuangan perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam keputusannya terkait dengan keputusan investasi, terutama sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan

kebijaksanaan sehubungan dengan penerapan CSR dalam operasional perusahaan dan pengungkapannya dalam laporan perusahaan.

## BAB II

### URAIAN TEORITIS

#### 2.1 Konsep Teori

##### 2.1.1 Teori Signaling (*Signaling Theory*)

Menurut Brigham and Ehrhardt, 2005 dalam Nurul Kusuma Wardani, 2013 menyatakan bahwa, **“Isyarat atau sinyal adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen mendatang prospek perusahaan.”**<sup>5</sup>

Manajemen selalu berusaha untuk mengungkapkan informasi privat yang menurut pertimbangannya sangat diminati oleh investor dan pemegang saham, khususnya kalau informasi tersebut merupakan berita baik (*good news*). Manajemen juga berminat menyampaikan informasi yang dapat meningkatkan kredibilitas kesuksesan perusahaan meskipun informasi tersebut tidak diwajibkan. Tujuan dari laporan tambahan ini adalah untuk menyediakan informasi tambahan mengenai kegiatan perusahaan sekaligus sebagai sarana untuk memberikan tanda (*signal*) kepada para stakeholders mengenai hal-hal lain, misalnya memberikan tanda (*signal*) tentang kepedulian perusahaan terhadap wilayah sekitarnya, atau tanda bahwa

---

<sup>5</sup> Nurul Kusuma Wardani, Skripsi, **Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR)** (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011), Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, 2013, Hal.12

perusahaan tidak hanya menyediakan informasi berdasarkan ketentuan peraturan tetapi menyediakan informasi yang lebih bagi para *stakeholders*.

Tanda-tanda (*signals*) ini diharapkan dapat diterima secara positif oleh pasar sehingga mampu mempengaruhi kinerja pasar perusahaan yang tercermin dalam harga pasar saham perusahaan. Hal ini memberikan motivasi bagi perusahaan-perusahaan untuk mengungkapkan, melalui laporan keuangan, bahwa mereka lebih baik dari pada perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan. Dengan demikian, *signaling theory* menekankan bahwa perusahaan akan cenderung menyajikan informasi yang lebih lengkap untuk memperoleh reputasi yang lebih baik dibandingkan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan, yang pada akhirnya akan menarik investor.

Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa, **“semakin besar perusahaan maka semakin banyak pengungkapan tanggung jawab sosial yang disampaikan”**<sup>6</sup> (Suwardjono, 2005 dalam Nurul Kusuma Wardani, 2013). Berdasarkan uraian diatas, teori signaling lebih menunjukkan konsistensi yang besar terhadap adanya pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) yang luas.

### 2.1.2 Teori Stakeholder

Menurut Ghozali dan Chariri dalam Hary Ardian (2013), Teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan bukanlah suatu organisasi yang hanya sekedar

---

<sup>6</sup> Nurul Kusuma Wardani, **Op. Cit**, hlm 12

bertanggung jawab terhadap para pemilik namun juga harus mementingkan dan memberi manfaat kepada para *stakeholder*-nya (pemegang saham, konsumen, investor, kreditor, suplier, pemerintah, masyarakat dan pihak-pihaklainyang berkepentingan dengan perusahaan).<sup>7</sup>

Batasan *stakeholder* tersebut diatas mengisyaratkan perusahaan hendaknya memperhatikan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Apabila perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* maka dapat dipastikan perusahaan akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi *stakeholder*. *Stakeholder* merupakan individu, sekelompok manusia, komunitas atau masyarakat baik secara keseluruhan maupun secara parsial yang memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan.

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

---

<sup>7</sup> Hary Ardian, Skripsi, **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan**, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, 2013, Hal 12

Agar perusahaan mampu berkembang dan bertahan lama di tengah masyarakat, maka perusahaan membutuhkan dukungan dari para *stakeholder*-nya. Para *stakeholder* memerlukan beragam informasi terkait kebijakan serta aktivitas perusahaan yang nantinya akan digunakan dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu perusahaan akan berusaha untuk memberikan semua informasi yang dibutuhkan perusahaan untuk mencari dukungan dari para *stakeholder*-nya. Salah satu informasi ini adalah informasi yang berhubungan dengan aktivitas tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan.

### **2.1.3 Teori Legitimasi**

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.

Menurut Suchman dalam Rahmi Galuh Rahajeng (2010) mengatakan legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan adalah merupakan tindakan yang diinginkan, apakah pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial. Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis

bagi perkembangan perusahaan kedepan<sup>8</sup>. Legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai (*congruent*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam.

Menurut Dowling dan Preffer dalam Lovink (2014) menyatakan bahwa **“Legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, serta reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan”**<sup>9</sup>.

Organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat. Penjelasan tentang kekuatan teori legitimasi organisasi dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan dinegara berkembang terdapat dua hal; pertama, kapabilitas untuk

---

<sup>8</sup> Rahmi Galuh Rahajeng, Skripsi, **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (*Social Disclosure*) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan**, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2010, Hal 13

<sup>9</sup> Lovink Angel Dwi Karina, Skripsi, **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR**, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, 2013, Hal 18

menempatkan motif maksimalisasi keuntungan membuat gambaran lebih jelas tentang motivasi perusahaan memperbesar tanggung jawab sosialnya. Kedua, legitimasi organisasi dapat untuk memasukkan faktor budaya yang membentuk tekanan institusi yang berbeda dalam konteks yang berbeda.

Uraian diatas menjelaskan bahwa teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mendasari pengungkapan CSR. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Teori legitimasi juga dapat digunakan untuk menjelaskan keterkaitan mekanisme *corporate governance* dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Mekanisme *corporate governance* dan profitabilitas memberikan keyakinan perusahaan tetap akan mendapatkan keuntungan positif, yaitu mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang pada akhirnya akan berdampak meningkatnya Akeuntungan perusahaan dimasa yang akan datang.

#### **2.1.4 Pengertian dan Konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)***

Secara teoritis *Corporate Social Responsibility* merupakan hal yang penting dalam suatu bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban-kewajiban ekonomis dan resmi dari pemegang saham saja twtapi perusahaan juga harus mempunyai kewajiban terhadap pihak lain seperti masyarakat dan lingkungan sosial disekitar perusahaan.



Menurut Nor Hadi dalam Zihan Fera (2019) WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*) mengemukakan CSR sebagai **“Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of workforce and their families as well as of the lokal community and social large”**<sup>10</sup>.

Bahwa komitmen bisnis yang berkelanjutan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas kehidupan kerja karyawan dan kerja komunitas lokal dan masyarakat yang luas.

Menurut Untung dalam Zihan Fera (2019) menyatakan *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.

Menurut Kok et al dal Zihan Fera (2019) menyatakan bahwa CSR merupakan suatu pernyataan umum yang mengindikasikan kewajiban perusahaan untuk menggunakan sumber daya ekonomi yang dimiliki dalam setiap aktivitas bisnis

---

<sup>10</sup> Zihan Fera, Skripsi, **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia**, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, 2019, Hal 27

perusahaan yang dilakukan guna menyediakan dan memberikan kontribusi kepada *stakeholder*.<sup>11</sup>

Menurut Hary Ardian (2013) menyatakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial perusahaan memiliki arti bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab dan kepedulian terhadap lingkungan disekitarnya<sup>12</sup>. Kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan manusia, komunitas maupun lingkungan pasti memiliki dampak terhadap kehidupan di 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)*. Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap pemegang saham (pemilik), tetapi juga kepada semua pihak (konsumen, pegawai, kreditur, debitur, investor, pemerintah, masyarakat dan sebagainya) yang memiliki kontribusi penting bagi keberhasilan perusahaan.

Menurut Carroll dalam Adisty Ayu Lestari (2016), konsep CSR memuat komponen-komponen sebagai berikut<sup>13</sup> :

---

<sup>11</sup> Zihan Fera, **Op.Cit.** hlm 27

<sup>12</sup> Hary Ardian, **Op. Cit.** hlm 12

<sup>13</sup> Adisty Ayu Lestari, Skripsi, **Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Non Keuangan Go Public Di Bursa Efek Indonesia**, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Medan, 2016, Hal 14

#### 4 *Economic responsibility*

Tanggung jawab sosial perusahaan yang utama adalah tanggung jawab ekonomi karena lembaga bisnis terdiri dari aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.

#### 5 *Legal responsibility*

Masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan mentaati hukum dan peraturan yang berlaku yang pada hakikatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif.

#### 6 *Ethical responsibilities*

Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis yaitu menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan maupun kelembagaan untuk menilai suatu isu merupakan nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat.

#### 7 *Discretionary responsibilities*

Masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka.

Perkembangan CSR secara konseptual menurut Rika dan Islahuddin dalam Adisty Ayu Lestari (2016) mulai dibahas sejak tahun 1980-an yang disebabkan oleh hal-hal sebagai berikut :

1. Runtuhnya tembok Berlin yang merupakan simbol tumbangnyah paham komunis dan bergantinya ke imperium kapitalisme secara global.

2. Meluasnya operasi perusahaan multinasional di Negara berkembang sehingga dituntut memperhatikan keadaan sosial, lingkungan dan hak asasi manusia
3. Globalisasi dan berkurangnya peran pemerintah telah menyebabkan munculnya Lembaga Sosial Masyarakat (LSM) yang lebih memperhatikan isu kemiskinan sampai kekuatiran punahnya spesies tumbuhan dan hewan akibat ekosistem yang semakin labil.
4. Kesadaran perusahaan akan pentingnya citra perusahaan dalam membawa perusahaan menuju bisnis berkelanjutan.

Selain itu menurut Deegan dalam Adisty Ayu Lestari (2016) alasan yang mendorong praktik pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan antara lain :

1. Mematuhi persyaratan yang ada dalam Undang-undang
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi
3. Mematuhi pelaporan dan proses akuntabilitas
4. Mematuhi persyaratan peminjaman
5. Mematuhi harapan masyarakat
6. Konsekuesi ancaman atas legitimasi perusahaan
7. Mengelola kelompok *stakeholder* tertentu
8. Menarik dana investasi
9. Mematuhi persyaratan industri

## 10. Memenangkan penghargaan pelaporan

### **2.1.5 Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) di Indonesia**

Pengungkapan atau *disclosure* dapat diartikan sebagai pemberian informasi bermanfaat bagi pihak-pihak berkepentingan terhadap informasi tersebut. Terdapat tiga kriteria pengungkapan yang digunakan yaitu : cukup (*adequate*), wajar (*fair*), dan penuh (*full*). Pengungkapan pertama yaitu pengungkapan cukup artinya cakupan pengungkapan minimal yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah agar informasi yang disampaikan tidak menyesatkan. Pengungkapan wajar adalah tujuan etis dalam memberikan perlakuan yang sama dan bersifat umum terhadap semua pemakai informasi yang relevan. Pengungkapan lengkap adalah penyajian semua informasi yang relevan.

Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelolaperusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*) semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. 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 dalam perkembangan sekarang ini akuntansi konvensional telah banyak dikritik karena tidak dapat mengakomodir kepentingan masyarakat secara

luas. Hal ini yang kemudian menyebabkan munculnya konsep akuntansi baru yang disebut sebagai *Sosial Responsibility Accounting* (SRA) atau Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial.

Menurut Ruslan Abdul Ghani (2019) menyatakan Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak dari keputusan dan kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan melalui perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat memperhitungkan harapan pemangku kepentingan, adalah sesuai dengan hukum yang berlaku dan internasional yang konsisten norma-norma perilaku, dan terintegrasi di seluruh organisasi<sup>14</sup>.

Peraturan yang terkait dengan CSR adalah semua peraturan yang terkait dengan perusahaan seperti Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 1997 tentang Lingkungan Hidup, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, Undang-Undang Republik Indonesia nomor 5 tahun 1999 Tentang praktek Larangan Monopoli Dan Persaingan Usaha tidak sehat dan lain sebagainya. Perundangan-undangan tersebut bersifat mandatory dan harus dilaksanakan.

Selain Undang-Undang di atas, juga terdapat Undang-Undang Republik Indonesia No 40 Tahun 2007, pasal 1 ayat 3 lebih rinci menjelaskan bahwa yang dimaksud CSR adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan

---

<sup>14</sup> Ruslan Abdul Ghani, Skripsi, **Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dalam Prespektif *Shariah Enterprises Theory* (Studi Pada PT XL Axiata Indonesia)**, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019, Hal 43

ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi korporat, komuniti tempatan maupun pada masyarakat umumnya.<sup>15</sup> Selanjutnya, pada pasal 74 ayat 2 menyebutkan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan dari sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

Hal itu juga terdapat pada Peraturan Pemerintah No 47 Tahun 2012 pada pasal 5 ayat 2 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas, menyebutkan bahwa realisasi anggaran untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan diperhitungkan sebagai biaya perseroan.<sup>16</sup>

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Prseroan Terbatas juga menyebutkan beberapa poin penting, yaitu :

- a. Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan Perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan.

---

<sup>15</sup> Undang-Undang Republik Indonesia No 40 Tahun 2007, pasal 1 ayat 3 tentang **Perseroan Terbatas**, Hal. 19

<sup>16</sup> Peraturan Pemerintah, No 47 Tahun 2012, pada pasal 5 ayat 2 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas, Hal. 6

- b. Rencana kerja tahunan Perseroan memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- c. Realisasi anggaran untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilaksanakan oleh Perseroan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan.<sup>17</sup>

Sedangkan ketentuan yang kedua yaitu ketentuan yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (revisi 2009) paragraf sembilan secara implisif menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial, yaitu sebagai berikut :

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

Pernyataan diatas mengisyaratkan bahwa aturan atau regulasi pemerintah mengenai pengungkapan telah disebutkan dengan jelas melalui keputusan Bapepam dan pernyataan Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) dalam PSAK NO. 1 (revisi 2009). Hal ini dapat mendorong perusahaan untuk lebih mau mengungkapkan kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosialnya didalam laporan tahunan (*annual report*).

---

<sup>17</sup> Ibit



Pernyataan mengenai kewajiban pengungkapan ini juga semakin dipertegas dengan ketentuan pemerintah dalam undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 pasal 66 dan pasal 74. Pasal 66 ayat (2) bagian C menyebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perseroan terbatas juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pasal 74 menjelaskan kewajiban kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam.

Pengungkapan di Indonesia sendiri telah mengacu pada berbagai standar pengungkapan yang digunakan negara-negara lain diseluruh dunia. Salah satunya standar pengungkapan dari *Global Reporting Initiative (GRI)*. GRI G4 merupakan jaringan berbasis organisasi yang telah mempelopori perkembangan dunia, menggunakan kerangka laporan berkelanjutan paling banyak dan berkomitmen untuk terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan diseluruh dunia. Standar GRI digagas oleh PBB lewat *Coalition for Environmentally Responsible Economics (CERES)* dan UNEP pada tahun 1997.

Standar yang mengacu pada GRI G4 (*Global Reporting Index*) membagi indikator kinerja menjadi 3 komponen utama yaitu, ekonomi, lingkungan hidup dan kinerja sosial yang menyangkut praktik tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial dan tanggung jawab produk. Item-item yang disebutkan GRI *guidelines*, minimal harus mencakup antara lain :

- a. Indikator kinerja ekonomi (*economics*)
- b. Indikator kinerja lingkungan hidup (*environment*)
- c. Indikator kinerja praktik ketenagakerjaan dan lingkungan (*labour practices*)
- d. Indikator kinerja hak asasi manusia (*humam rights*)
- e. Indikator kinerja praktik ketenagakerjaan dan lingkungan (*society*)
- f. Indikator kinerja tanggung jawab produk (*product responsibility*)

#### **2.1.6 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial**

Setiap perusahaan mempunyai kebijakan yang berbeda-beda mengenai kebijakan pengungkapan sosial sesuai dengan karakteristik perusahaan. *Corporate Social Responsibility* tidak hanya menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap sosial dan lingkungan, tetapi juga dapat menjadi penunjang tercapainya pembangunan yang berkelanjutan dengan menyetarakan aspek ekonomi dan pembangunan sosial yang didukung dengan pemeliharaan lingkungan hidup. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah *leverage*, *profitabilitas*, dan ukuran perusahaan. Berikut ini akan dibahas pengertian dari masing-masing variabel.

### 2.1.7 *Leverage* Perusahaan

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung kepada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. 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 membiayai asetnya dengan modal sendiri. Dengan demikian, tingkat *leverage* perusahaan, menggambarkan resiko keuangan perusahaan.

Menurut Jayanti Purnasiwi (2011) menyatakan *leverage* merupakan keadaan yang terjadi pada saat perusahaan memiliki biaya tetap yang harus ditanggung.<sup>18</sup> Seberapa besar biaya tetap operasi perusahaan merupakan bagian dari biaya total operasi suatu perusahaan seperti biaya tetap pabrikasi, biaya administrasi, dan biaya penjualan.

### 2.1.8 *Profitabilitas*

*Profitabilitas* menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, dan ekuitas. Pengukuran *profitabilitas* merupakan aktivitas yang membuat manajemen menjadi lebih bebas dan fleksibel dalam mengungkapkan pertanggungjawaban sosial perusahaan kepada pemegang

---

<sup>18</sup> Jayanti Purnasiwi, Skripsi, **Analisis Pengaruh *Size*, *Profitabilitas*, dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia**, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2011, Hal 48

saham. Semakin tinggi tingkat *profitabilitas* perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Menurut Richatul Jannah (2014) menyatakan **“profitabilitas merupakan salah satu variabel yang menggambarkan kinerja suatu perusahaan dari aspek keuangan”**.<sup>19</sup>

Dalam hubungannya dengan tanggung jawab sosial perusahaan, profitabilitas dijelaskan ketika 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 laporan akan membaca *“good news”* kinerja perusahaan. Hal ini menggambarkan keberagaman hasil penelitian terkait hubungan profitabilitas dengan pengungkapan. Mengingat ketidakkonsistenan dari hasil penelitian terdahulu maka dalam penelitian ini peneliti akan menguji kembali pengaruh dari profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Dalam praktiknya, jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan menurut Kasmir (2012) adalah sebagai berikut :<sup>20</sup>

1. Rasio Profit Margin
2. ROI (Return on Investment) atau Hasil Pengembalian Investasi

---

<sup>19</sup> Richatul Jannah, Skripsi, **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Carbon Emission Disclosure* Pada Perusahaan di Indonesia** (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Periode 2010-2012), Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, 2014, Hal 41

<sup>20</sup> Kasmir. **Analisis Laporan Keuangan**, Edisi Ke-V : Rajawali Pers, Jakarta, 2012, Hal.113.

3. ROE (Return on Equity) atau Hasil Pengembalian Ekuitas
4. Laba per Lembar Saham Biasa (Earning per Share of Common Stock)

Namun dalam penelitian ini hanya menggunakan salah satu dari jenis-jenis rasio yang ada yaitu rasio Laba per Saham atau *Earning per Share* yang disingkat EPS adalah bagian dari laba perusahaan yang dialokasikan ke setiap saham yang beredar. Laba per saham atau *Earning per Share* ini merupakan indikator yang paling banyak digunakan untuk menilai profitabilitas suatu perusahaan.

#### **2.1.9 Ukuran Perusahaan (*Firm's Size*)**

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Secara umum perusahaan besar memiliki kelengkapan informasi yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan tersebut untuk melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan kata lain semakin besar aset suatu perusahaan maka akan semakin besar tanggung jawab sosialnya, dan hal ini akan dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga pengungkapannya juga semakin luas.

Menurut Riyanto (2013) menyatakan “**ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya *equity*, nilai penjualan, atau nilai**

**aktiva”.**<sup>21</sup> Menurut Ardilla Mahardhika Johan (2011) menyatakan “**perusahaan yang memiliki sumber daya yang relatif kecil tidak akan melakukan pengungkapan seluas perusahaan besar**”.<sup>22</sup> Perusahaan yang kecil tentu saja mengalami persaingan yang lebih ketat dengan para kompetitornya. Apabila perusahaan tersebut mengungkapkan informasi terlalu banyak mengenai hal-hal yang bersifat internal kepada stakholder, justru akan membahayakan keberlangsungan perusahaan itu sendiri.

Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Oleh karena itu pengungkapan informasi sosial yang lebih luas sengaja dilakukan oleh perusahaan besar sebagai upaya perusahaan untuk mengurangi biaya-biaya politis tersebut. Perusahaan besar umumnya memiliki jumlah aktiva yang besar, penjualan besar, *skill* karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih, jenis produk yang banyak, struktur kepemilikan lengkap, sehingga membutuhkan tingkat pengungkapan secara luas.

---

<sup>21</sup> Bambang Riyanto, **Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan**, Yogyakarta: BPFE, 2013, hal.35.

<sup>22</sup> Ardilla Mahardhika Johan, Skripsi, **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sifat Pengungkapan Sukarela Tanggung Jawab Sosial Perusahaan** (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2011, hal 58

## 2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

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

**Tabel 2.1**

### Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Hary Ardian (2013)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (Studi Empiris pada seluruh Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010)	Variabel independen: <i>Leverage</i> perusahaan, <i>Profitabilitas</i> , Ukuran dewan komisaris, Ukuran perusahaan, Status perusahaan  Variabel dependen: Pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan	Regresi linier berganda	Menemukan bahwa variabel <i>leverage</i> , <i>profitabilitas</i> , ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, status perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

2	Jayanti Purnasiwi (2011)	Analisis Pengaruh <i>Size</i> , <i>Profitabilitas</i> dan <i>Leverage</i> Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Variabel independen: Ukuran perusahaan ( <i>size</i> ), <i>Profitabilitas</i> , <i>Leverage</i>  Variabel dependen: Pengungkapan tanggung jawab sosial	Regresi linier berganda	Ukuran perusahaan ( <i>size</i> ), <i>Profitabilitas</i> , <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
3.	Zihan Fera (2019)	Pengaruh <i>Profitabilitas</i> Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Variabel independen: <i>Profitabilitas</i>  Variabel dependen: Pengungkapan CSR	Regresi linier berganda	<i>Profitabilitas</i> secara tidak berpengaruh terhadap CSR pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.



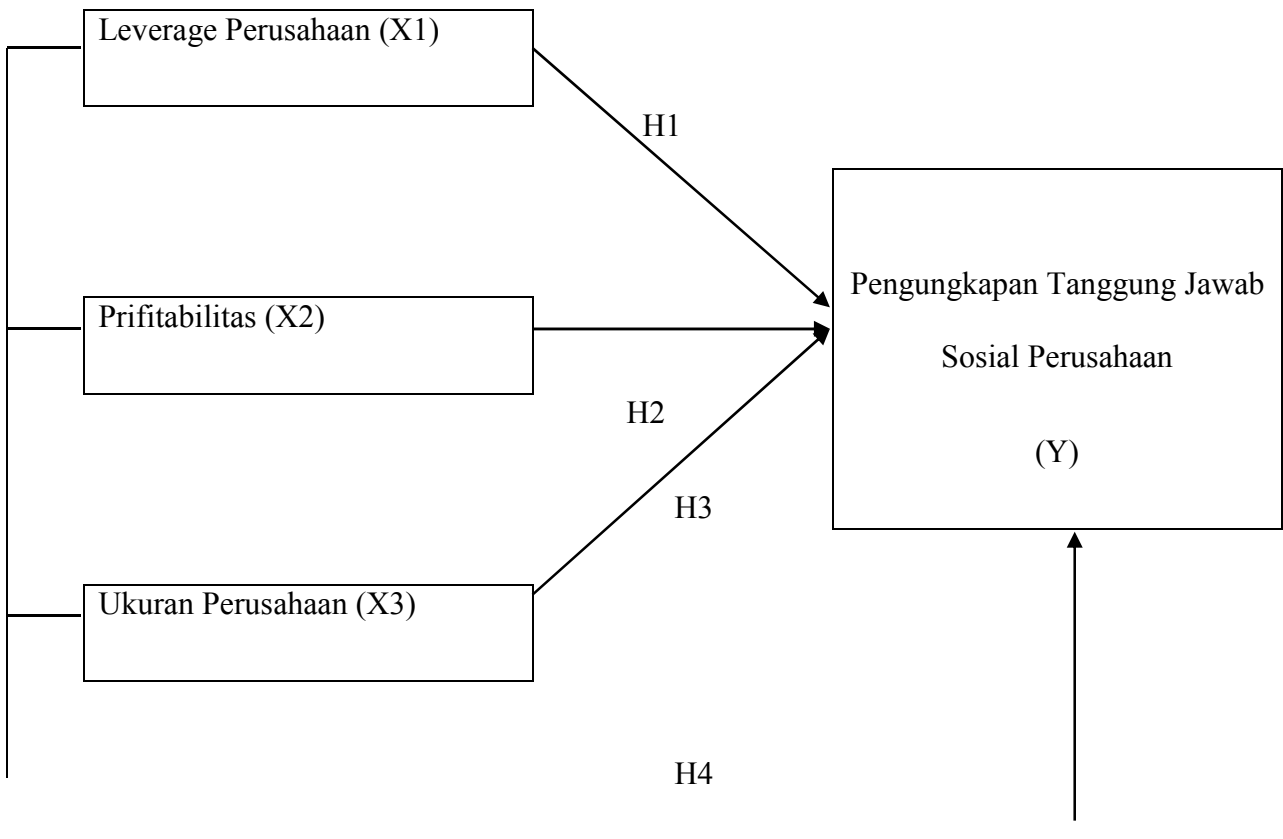
4.	Adisty Ayu Lestari (2016)	Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan <i>Non Keuangan Go Public</i> di Bursa Efek Indonesia	Variabel independen: Kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, CSR  Variabel dependen: nilai perusahaan	Regresi linier berganda	Kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional dan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sumber : Dari berbagai jurnal

### 2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian

Tinjauan terdahulu dan kajian teoritis serta permasalahan yang telah dikemukakan merupakan dasar untuk merumuskan hipotesis. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini merupakan pernyataan singkat yang disimpulkan dari uraian teoritis tersebut dan merupakan uraian sementara dari permasalahan yang perlu pengujian kembali. Kerangka pemikiran teoritis untuk pengembangan hipotesis pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.1 berikut :

**Gambar 2.1**

**Model Penelitian**

### 2.3.1 Pengaruh *Leverage* Perusahaan Terhadap Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

*Leverage* presentase perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dan *leverage* juga merupakan rasio untuk mengatur besarnya aktiva yang dibiayai oleh utang atau proporsi total utang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Suatu tingkat kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap (hutang dan atau saham istimewa) dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan untuk memaksimisasi kekayaan pemilik perusahaan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dibanding perusahaan dengan tingkat *leverage* yang lebih rendah. Untuk mengurangi biaya keagenan (biaya monitoring) manajer akan memberikan pengungkapan yang lebih luas (komprehensif) guna meyakinkan kreditor. Semakin tinggi *leverage*, semakin besar kemungkinan manajer akan melaporkan laba saat ini lebih tinggi dibandingkan laba masa depan.

Sementara menurut teori legitimasi, manajemen membutuhkan legitimasi untuk tindakan baik dari *shareholder* maupun kreditor sehingga cenderung untuk mengungkapkan informasi yang lebih banyak.

Rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya utang. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki

kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pertama yang akan di ajukan dalam penelitian ini adalah :

**H1 : *Leverage* perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.**

### **2.3.2 Pengaruh Profitabilitas Perusahaan Terhadap Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Rasio profitabilitas merupakan jenis rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan menghasilkan laba (*profit*) pada tingkat penjualan, aset, dan modal. Dalam prakteknya menurut Kasmir (2008) jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah *profit margin (profit margin on sales)*, *return on asset (ROA)*, *return on equity (ROE)*, dan laba per lembar saham.

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

perusahaan berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis kedua penelitian ini adalah sebagai berikut :

**H2 : Profitabilitas perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.**

### **2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Beberapa penelitian terdahulu membuktikan bukti empiris tentang adanya hubungan antara pengaruh ukuran perusahaan dengan *corporate social and environment disclosure* (Siregar, 2010; Mahdiyah, 2010; Zaleha, 2005). Semakin besar perusahaan maka akan semakin besar juga kemungkinan perusahaan untuk melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosialnya. Berdasarkan peraturan yang diamanahkan dalam Pasal 66 UU nomor 40 Tahun 2007 maka tanggung jawab sosial perusahaan harus dilaporkan dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan.

Menurut Lerner dalam Siregar (2010) juga menyatakan bahwa semakin besar aset sebuah perusahaan maka semakin besar tanggung jawab sosialnya, dan hal ini akan dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga pengungkapannya juga semakin luas.

Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa, “**semakin besar perusahaan maka semakin banyak pengungkapan tanggung jawab sosial yang disampaikan**” (Suwardjono, 2005 dalam Nurul Kusuma Wardani, 2013). Berdasarkan uraian diatas, teori signaling lebih menunjukkan konsistensi yang besar terhadap adanya pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) yang luas.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.**

#### **2.3.4 Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Secara Bersamaan Terhadap Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.**

*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 dibanding perusahaan dengan tingkat *leverage* yang lebih rendah. Rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya utang. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang

tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah

Demikian juga rasio profitabilitas merupakan jenis rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan menghasilkan laba (*profit*) pada tingkat penjualan, aset, dan modal. *Profitabilitas* merupakan faktor yang digunakan oleh manajemen untuk lebih bebas dan fleksibel dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial kepada pemegang saham. Hubungan antar *profitabilitas* dan kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, sehingga perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang mengganggu tentang sukses keuangan tersebut. Sebaliknya ketika tingkat *profitabilitas* rendah maka perusahaan berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan.

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

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis ke empat penelitian ini adalah sebagai berikut :

**H4: *Leverage* perusahaan, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama, berpengaruh positif signifikan terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.**



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Disain Penelitian

Penelitian pada dasarnya dapat dilakukan dengan pencacahan lengkap (sensus), sampel survei, atau studi kasus. Masing-masing mempunyai batas-batas penarikan kesimpulan tersendiri. Dalam penelitian ini desain yang dipilih adalah sampel survei, dimana hasil pengukuran sampel akan digeneralisasikan untuk populasinya.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Creswell menyatakan bahwa, *“quantitative research is a type of educational researcher decides what to study; ask specific, narrow questions, collects quantifiable data from participants; analysis these numbers using statistics; and conducts the inquiry in an unbiased, objective manner”*.<sup>23</sup> Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian pendidikan dimana peneliti memutuskan apa yang akan diteliti, menyusun pertanyaan spesifik, membatasi pertanyaan, mengumpulkan data terukur dari partisipan, menganalisis angka-angka dengan cara-cara yang objektif. Penelitian kuantitatif memerlukan studi pada sampel dari populasi dan sangat bergantung pada data numerik dan analisis statistik. Kebanyakan penelitian kuantitatif dilakukan oleh peneliti yang menganut epistemologi positifisme. Mereka menentukan tema yang menarik dalam hal perilaku yang dapat diamati.

---

<sup>23</sup> John W. Creswell, *Educational Research, Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*, (New Jersey USA: Pearson Education Inc.,2008), Hal 46

Tujuan dalam penelitian ini adalah menguji pengaruh antara karakteristik perusahaan yang diprosikan dalam *leverage* perusahaan, *profitabilitas* dan ukuran perusahaan (*size*) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang telah *listing* di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017 sampai 2018.

### **3.2. Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2018. Ada 26 (dua puluh enam) populasi perusahaan (emiten) yang masuk dalam sektor industri barang konsumsi dengan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah salah satu teknik *sampling non random sampling*, dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan kriteria khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.

Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel yaitu :

1. Perusahaan-perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dan sahamnya aktif diperdagangkan selama tahun 2017-2018.
2. Perusahaan tersebut menerbitkan dan mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) lengkap selama tahun 2017-2018.

3. Perusahaan tersebut menyediakan informasi mengenai pelaksanaan CSR dan proporsi kepemilikan saham perusahaan.
4. Memiliki data yang lengkap sesuai dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Berdasarkan kriteria di atas, maka jumlah sampel yang akan diteliti pada perusahaan subsektor makanan dan minuman adalah sebanyak 48 (empat puluh delapan) sampel dengan 24 (dua puluh empat) perusahaan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2017-2018 sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Perusahaan yang akan Diteliti atau Sampel**

No.	Kode	Nama Emiten
1	ADES	Akasha Wira International Tbk
2	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk
3	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk
4	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk
5	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
6	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
7	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
8	DLTA	Delta Food Indonesia Tbk

9	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk
10	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
11	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk
12	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
13	IIKP	Inti Agri Resources Tbk
14	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
15	MGNA	Magna Investama Mandiri Tbk
16	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
17	MYOR	Mayora Indah Tbk
18	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk
19	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk
20	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk
21	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
22	SKLT	Sekar Laut Tbk
23	STTP	Siantar Top Tbk
24	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk

**Sumber : Indonesian Capital Market Directory (ICMD)**

### **3.3. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa laporan tahunan perusahaan subsektor industri makanan dan minuman dalam BEI tahun 2017-2018 dalam menguji hubungan antar variabel. Menurut Sugiyono (2012:141) mendefinisikan data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen<sup>24</sup>. Menurut Ulber Silalahi (2012:289) bahwa data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan<sup>25</sup>.

Sumber data *leverage*, *profitabilitas* dan ukuran perusahaan diperoleh dari ICMD (*Indonesian Capital Market Directory*) berdasarkan [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) pada perusahaan subsektor makanan dan minuman dalam BEI dengan periode waktu tahun 2017-2018.

### 3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data terkait permasalahan penelitian yang diambil. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan metode dokumentasi, yaitu merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data berupa laporan tahunan yang telah dipublikasikan oleh perusahaan subsektor makanan dan minuman dengan sampel pada periode tahun 2017-2018 di website BEI ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)). Pengumpulan data dilakukan dengan cara menelusuri laporan tahunan perusahaan yang terpilih menjadi sampel penelitian. Sebagai panduan maka digunakan

---

<sup>24</sup> Sugiyono, **Jurnal Riset Akuntansi**, Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia, Volume VIII/No.2/OKTOBER 2016, 2012:141

<sup>25</sup> Ulber Silalahi, **Jurnal Riset Akuntansi**, Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia, Volume VIII/No.2/OKTOBER 2016, 2012:289

*check-list* atau daftar pertanyaan yang berisi item-item pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

### **3.5. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

Berdasarkan judul penelitian di atas, maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen. Operasional untuk pengujian hipotesis yang dilakukan adalah :

#### **3.5.1 Variabel Independen**

Variabel independen dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel devenden (terkait). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Leverage*, *Profitabilitas* dan Ukuran Perusahaan.

##### **3.5.1.1 *Leverage***

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai asset perusahaan. Menurut Sjahrial (2009: 147) menyatakan leverage adalah penggunaan aset dan modal oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap berarti modal yang berasal dari pinjaman karena memiliki bunga sebagai beban tetap untuk meningkatkan potensi laba pemegang saham. Skala pengukuran untuk leverage adalah rasio. *Leverage* yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio hutang terhadap modal sendiri atau *Debt to Equity Ratio* (DER). Secara umum, pengertian *Debt to Equity Ratio* adalah hasil perbandingan antara

total hutang (*debt*) perusahaan dengan total ekuitas (*equity*) yang dimilikinya. DER adalah salah satu jenis rasio *leverage* yang dalam pengukurannya dipakai untuk menilai seberapa besar modal perusahaan dibiayai oleh utang. Semakin tinggi nilai *Debt to Equity Ratio* (DER) suatu perusahaan, maka itu mengindikasikan semakin besar pula perusahaan menggunakan utang untuk modal bisnis. Begitu juga sebaliknya, semakin kecil nilai DER perusahaan, semakin kecil pula penggunaan utang oleh perusahaan. Berikut rumus DER (*Debt to Equity Ratio*) :

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal}} \times 100\%$$

### 3.5.1.2 Profitabilitas

Menurut Pasaman Silaban dan Rusliaman Siahaan (2015) menyatakan “**Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit. Profitabilitas menunjukkan kinerja suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan sehingga dapat berpengaruh pada pembuatan keputusan investasi**”.<sup>26</sup> Artinya, semakin baik kinerja keuangan yang dimiliki investor perusahaan, maka akan memiliki kepercayaan yang tinggi untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Besarnya profit perusahaan merupakan salah satu ukuran untuk mengetahui kinerja perusahaan. Dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan pendapatan per-lembar saham atau *Earning per Share* (EPS). *Earning per Share* (EPS) atau Lembar per Saham dihitung dengan membagi laba bersih setelah pajak dan deviden yang dibagikan dengan jumlah saham yang beredar. *Earning per Share* ini dapat dinyatakan dengan rumus EPS dibawah ini :

---

<sup>26</sup> Pasaman Silaban dan Rusliaman Siahaan. **Manajemen Keuangan; Teori dan Aplikasi**, Edisi Kedua : Universitas HKBP Nommensen, Sumatera Utara, 2015, Hal.99.

$$\text{Laba per Saham} = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak - Deviden}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$



### 3.5.1.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan dilihat dari berbagai aspek bisa didasarkan pada jumlah aktiva (aktiva tetap, tidak berwujud dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar. Pada penelitian ini ukuran perusahaan dinyatakan dengan jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan-perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2018. Aset adalah harta kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki, perusahaan dapat melakukan investasi dengan baik dan memenuhi permintaan produk. Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui bahwa semakin besar jumlah tenaga kerja yang dimiliki maka akan semakin besar pula tanggung jawab sosial yang harus diungkapkan. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini dapat digunakan dengan logaritma natural dari total aktiva menggunakan rumus sebagai berikut :

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

### 3.5.2 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR) pada Laporan Tahunan perusahaan.

Tanggung jawab sosial adalah proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap pemegang saham, kreditor, karyawan, dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Kategori pengungkapan sosial yang digunakan dalam penelitian

ini mengadopsi seluruh indikator kategori sesuai standar pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR) Global Report Initiative (GRI)* versi G4, yaitu sebagai berikut :

- a. Indikator Kinerja Lingkungan (Environment Performances Indicator)
- b. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (Labor Practices Performances Indicator)
- c. Indikator Kinerja Sosial (Social Performances Indicator)
- d. Indikator Kinerja Produk (Product Responsibility Performances Indicator)
- e. Indikator Kinerja Ekonomi (Economic Performances Indicator)
- f. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (Human Rights Performances)

Pengukuran berdasarkan GRI G4 dalam penelitian ini menggunakan rumus seperti berikut :

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

Dimana :

CSRI : *Corporate Social Responsibility Index*

Nj : jumlah item untuk perusahaan j, nj

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

**Tabel 3.2**

**Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

No	Variabel	Defenisi	Pengukuran	Skala
1	<i>Leverage (X1)</i>	Penggunaan aset dan modal oleh	<i>Debt to Equity Ratio</i>	Rasio

		perusahaan yang memiliki biaya tetap berarti modal yang berasal dari pinjaman karena memiliki bunga sebagai beban tetap untuk meningkatkan potensi laba pemegang saham	$(DER) = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal}} \times 100\%$	
2	Profitabilitas (X2)	Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit. Profitabilitas menunjukkan kinerja suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan sehingga dapat berpengaruh pada pembuatan keputusan investasi	Laba per Saham = $\frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak} - \text{Deviden}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$	Rasio
3	Ukuran Perusahaan (X3)	Besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya <i>equity</i> , nilai penjualan, atau nilai aktiva	Ukuran Perusahaan = $\ln \text{Total Aset}$	Rasio
4	Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR) (Y)	Proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap	$CSR_{Ij} = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$	Rasio

		pemegang saham, kreditor, karyawan, dan terhadap masyarakat secara keseluruhan		
--	--	--------------------------------------------------------------------------------	--	--

### 3.6. Metode Analisis Data

Sebagaimana telah dikemukakan pada bab sebelumnya, masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagaimana *Leverage*, *Profitabilitas*, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pertanggungjawaban sosial dan lingkungan. Oleh karena itu untuk menganalisis masalah penelitian tersebut akan menggunakan metode regresi berganda dengan bantuan program *software* SPSS. Adapun teknik yang digunakan adalah sebagai berikut :

#### 3.6.1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear *Ordinary Least Square* (OLS) terdapat masalah-masalah klasik. Untuk mengetahui apakah model regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif, maka model tersebut harus memenuhi asumsi klasik regresi. Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi.

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran tersebut berdistribusi normal atau tidak. Menurut Ghazali (2016) Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya memiliki distribusi data yang normal/tidak, uji yang dipakai adalah Kolmogorov-Smirnov. Uji ini dilakukan dengan membandingkan probabilitas yang diperoleh dengan taraf signifikansi  $\alpha=0,05$ . Apabila Sign hitung  $> \alpha$ , maka data terdistribusi normal. Sedang jika sebaliknya maka data tidak terdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Multikolinearitas adalah hubungan antara variabel prediktor atau independen terhadap variabel prediktor yang lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Uji multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF kurang dari 10 atau nilai tolerance  $> 0,10$  maka model regresi berganda tidak terjadi multikolinearitas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Situasi

heterokedastisitas akan menyebabkan penafsiran koefisien regresi tidak efisien. Model regresi yang baik adalah bila varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap atau homekedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heterokedastisitas pada penelitian ini diuji dengan melihat grafik *scatterplot* antar nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan nilai residualnya (SRESID). Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut (Ghozali, 2009) :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
  - b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah adanya korelasi antara nilai data pada suatu waktu dengan nilai data tersebut pada waktu nilai satu periode sebelumnya atau lebih. Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah model mengandung autokorelasi atau tidak, yaitu adanya hubungan diantara variabel dalam mempengaruhi variabel dependen. Dalam upaya mendeteksi adanya autokorelasi dalam model regresi yang digunakan bisa dilakukan dengan melihat nilai D-W (Durbin Watson) dari *output* SPSS. Nilai D-W dari model regresi berganda terpenuhi jika nilai  $du < dihitug < d4-du$ .

### 3.6.2 Analisis Regresi Berganda

Untuk menguji hipotesis digunakan analisis regresi linier berganda yang dilakuakn dengan bantuan SPSS 16.0 *for windows*. Model persamaan regresi secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

a = Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub>, b<sub>4</sub> = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = *Leverage*

X<sub>2</sub> = *Profitabilitas*

X<sub>3</sub> = Ukuran Perusahaan

Nilai koefisien regresi disini sangat menentukan sebagai dasar analisis, mengingat penelitian ini bersifat fundamental method. Hal ini berarti jika koefisien b bernilai positif (+) maka dapat dikatakan terjadi pengaruh searah antara variabel independen dengan variabel dependen, setiap kenaikan nilai variabel independen akan mengakibatkan kenaikan variabel dependen. Demikian pula sebaliknya, bila koefisien nilai b bernilai negatif (-), hal ini menunjukkan adanya pengaruh negatif dimana kenaikan nilai variabel independen akan mengakibatkan penurunan nilai variabel dependen.

### 3.6.3 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Pengujian ini menunjukkan signifikansi hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah mulai dari 0 sampai dengan 1 semakin mendekati 1 berarti semakin signifikan.



### 3.7 Pengujian Hipotesis

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *goodness of fit* nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji F).

#### 3.7.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t ini untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Kriteria pengujian dengan menggunakan uji T independen sebagai berikut :

$$H_0 : B = 0$$

$$H_a : B \neq 0$$

- a) Jika  $\text{sign} < 0,05$ , maka  $H_a$  diterima yang berarti variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Jika  $\text{sign} > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima yang berarti variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

#### 3.7.2 Uji Smultan (Uji F)

Pada prinsipnya pengujian simultan dilakukan dengan koefisien regresi secara bersama-sama untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara serentak variabel independen terhadap variabel dependen. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka diyakini bahwa secara keseluruhan variabel

bebas tersebut berpengaruh secara signifikan. Bila  $\text{sign } F < 0,05$  berarti variabel independen secara serentak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.