PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR DENGAN JUMLAH ANGGOTA DIREKSI SEBAGAI VARIABEL MODERASI

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan

pada Universitas Negeri Semarang

Oleh
Prianto
NIM 7101416002

JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 16 April 2020

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi

Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si.

NIP. 198201302009121005

Pembimbing

Ita Nuryana, S.Pd., M.Pd.

NIP.198603102015042001

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 05 Mei 2020

Penguji I

Dr. Amir Mahmud, S.Pd., M.Si.

NIP. 197212151998021001

Penguji II

Ratieh Widhiastuti, S.Pd., M.Si.

NIP. 198601082015042001

Penguji III

Ita Nuryana, S.Pd., M.Pd.

NIP. 198603102015042001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Heri Yanto, M.B.A., Ph.D.

NIP. 196301181987021001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Prianto

Nim : 7101416002

Tempat tanggal lahir : Kotawaringin Barat, 17 November 1998

Alamat : Desa Purwareja RT 01 RW 01, Kecamatan Sematu Jaya Kabupaten Lamandau Kode Pos 74165

Menyatakan bahwa yang tertulis didalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dan karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan yang berlaku.

Semarang, 16 April 2020

Prianto

NIM 7101416002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

"Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya" (Q.S. Al Baqarah: 286)

Percaya bahwa Allah SWT menitipkan kelebihan disetiap kekurangan dan Allah SWT memberikan kekuatan disetiap kelemahan

(Penulis)

Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak dan Ibu tercinta, Dimo dan Parni
2. Kakakku Surati, Suratmi, Darsi, Harsi, Harno serta kakak iparku Suranto dan Herlina Susanti
3. Almamater UNNES
4. Mahasiswa Pendidikan Akuntansi 2016
5. Keluarga, kerabat, tetangga dan seluruh sahabat
6. Teruntuk siapapun yang telah menunjukkan doa terbaik untukku

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **"Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR Dengan Jumlah Anggota Direksi Sebagai Variabel Moderasi".** Penulis telah mendapatkan bantuan, dukungan, maupun bimbingan dari berbagai pihak selama dalam proses penyusunan skripsi, maka dengan rasa hormat penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan pengarahan dan motivasi selama penulis menimba ilmu di Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Heri Yanto, M.B.A., Ph.D., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan pengarahan dan motivasi selama penulis menimba ilmu di Universitas Negeri Semarang.
3. Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si., Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negri Semarang yang telah memberikan pengarahan dan motivasi selama penulis menimba ilmu di Universitas Negeri Semarang.
4. Ita Nuryana, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, dan motivasi selama penulisan skripsi.
5. Dr. Amir Mahmud, S.Pd., M.Si. selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan masukan dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Ratieh Widhiastuti, S.Pd., M.Si. selaku dosen penguji 2 sekaligus sebagai Dosen Wali yang telah memberikan masukan yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan motivasi selama penulis menimba ilmu di Universitas Negeri Semarang.
8. Teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi Akuntansi A 2016.
9. Seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan kebermanfaatan bagi berbagai pihak, khususnya dalam bidang pendidikan.

Semarang, 23 April 2020

Penulis

SARI

Prianto. 2020. *Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR Dengan Jumlah Anggota Direksi Sebagai Variabel Moderasi* Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing Ita Nuryana, S.Pd., M.Pd

Kata Kunci: Pengungkapan CSR, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Jumlah Anggota Direksi

Pengungkapan CSR bagi perusahaan antara lain sebagai alat perusahaan membangun citra baik agar perusahaan mendapatkan legitimasi dari masyarakat, disisi lain penerapan CSR di Indonesia masih relatif rendah baik dari segi kualitas maupun kuantitas dibuktikan dengan berbagai penelitian dan fenomena yang terjadi di lingkungan sekitar yang terjadi sebagai dampak dari operasi perusahaan. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR dengan menggunakan variabel jumlah anggota direksi sebagai variabel moderasi.

Populasi penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 sampai dengan tahun 2018. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Sampel penelitian berjumlah 20 perusahaan, dengan tiga tahun pengamatan. Jadi total sampel yang diteliti berjumlah 60 unit analisis. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diambil melalui teknik dokumentasi yaitu *annual report* perusahaan pertambangan tahun 2016 sampai dengan tahun 2018. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi moderasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR sebesar 3,7% dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR sebesar 2,2%. Uji moderasi menunjukkan jumlah anggota direksi mampu memperkuat pengaruh ukuran perusahaan pengungkapan CSR sebesar 4,8% namun memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan sebesar -5,0%.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR dan jumlah anggota direksi mampu memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR, namun memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Saran yang dapat diberikan yaitu agar perusahaan pertambangan mempertahankan aset yang dimiliki dan mempertahankan laba yang didapatkan dengan cara mengoptimalkan penggunaan aset yang dimiliki serta dewan direksi untuk meningkatkan pengawasan terlaksananya pengungkapan CSR.

ABSTRACT

Prianto. 2020. The effects of Company Size and Profitability on CSR Disclosure with Board Of Directors as a Moderating Variable
Essay. Department of Economic Education. Faculty of Economics. Semarang State University. Advisor Ita Nuryana, S.Pd., M.Pd

Keywords: CSR Disclosure, Company Size, Profitability, Board Of Directors

CSR disclosure either as the way to get the image and license to operate bussines of the company in the public. Even though the CSR disclosure implementing on Indonesia have low in quantity and quality, it is attested by the research and environmental phenomena as the effect of the company operation. This research is aimed at obtaining empirical evidence about the effects company size and profitability on CSR disclosure by using the board of directors as a moderating variable.

The Population is mining company listed in Indonesia Stock Exchange (BEI) from 2016 until 2018. The sampling technique used is purposive sampling method. The research sample which consist of twenty companies, with three years period. Total sample researched was which consist of sixty units analysis. The data used were the secondary data collected through documentation consisting of annual report mining company from 2016 until 2018. The method used for data analysis which is used descriptive analysis and moderate regression analysis.

The results showed company size had a positive effect on CSR disclosure by 3,7% and profitability had a positive effect on CSR disclosure by 2,2%. The moderation test shows that board of directors can moderate by strengthening the effect of company size on CSR Disclosure by 4,8% but weakens influence profitability to CSR disclosure by -5.0%.

Based on the results of the study it can be concluded that the company size and profitability had a significant positive effect influence on CSR disclosure and board of directors is able to moderate by strengthening the company size of the CSR disclosure, but weakens of the CSR disclosure. Suggestions that can be given are that mining companies maintain their assets and maintain profits by optimizing the use of assets owned and the board of directors to improve supervision over the implementation of CSR disclosure.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERSETUJUAN PEMBIMBING ii
PENGESAHAN KELULUSAN iii
PERNYATAAN iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
PRAKATA vi
SARI viii
ABSTRACT ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 15
1.3 Cakupan Masalah 15
1.4 Perumusan Masalah 16
1.5 Tujuan Penelitian 17
1.6 Kegunaan Penelitian 17
1.7 Orisinalitas Penelitian 19
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN 21
2.1 Kajian Teori Utama *(Grand Theory)* 21
2.1.1 Teori Legitimasi 21
2.1.2 Teori Agensi 24
2.1.3 Teori *Stakeholder* 27
2.2 Kajian Variabel Penelitian 29
2.2.1 Pengungkapan CSR 29
2.2.2 Ukuran Perusahaan 37
2.2.3 Profitabilitas 39

2.2.4 Jumlah Anggota Direksi 42
2.3 Kajian Penelitian Terdahulu 43
2.4 Kerangka Berfikir 51
2.4.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan ..... CSR 51
2.4.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR 53
2.4.3 Hubungan Jumlah Anggota Direksi Pada Pengaruh ..... Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR 55
2.4.4 Hubungan Jumlah Anggota Direksi Pada Pengaruh ..... Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR 57
2.5 Hipotesis Penelitian 59
BAB III METODE PENELITIAN 61
3.1 Jenis dan Desain Penelitian 61
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel 61
3.3 Variabel Penelitian 62
3.3.1 Pengungkapan CSR (Y) 62
3.3.2 Ukuran Perusahaan (X1) 64
3.3.3 Profitabilitas (X2) 64
3.3.4 Jumlah Anggota Direksi (Z) 65
3.4 Teknik Pengumpulan Data 66
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data 67
3.5.1 Statistik Deskriptif 67
3.5.2 Teknik Analisis Regresi Moderasi 67
3.5.2.1 Uji Asumsi Klasik 67
3.5.2.2 *Moderated Regression Analyyze* (MRA) 70
3.5.3 Uji Hipotesis 71
3.5.3.1 Uji Signifikansi Individual (Uji-t) 71
3.5.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 72

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 73
4.1 Hasil Penelitian 73
4.1.1 Statistik Deskriptif 73
4.1.1.1 Analisis Deskriptif Pengungkapan CSR 73
4.1.1.2 Analisis Deskriptif Ukuran Perusahaan 75
4.1.1.3 Analisis Deskriptif Profitabilitas 77
4.1.1.4 Analisis Deskriptif Jumlah Anggota Direksi 79
4.1.2 Analisis Regresi Moderasi 81
4.1.2.1 Uji Asumsi Klasik 81
4.1.2.2 Uji *Moderated Regression Analyyze* (MRA) 85
4.1.3 Uji Hipotesis 88
4.1.3.1 Uji Signifikansi Individual (Uji-t) 88
4.1.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 90
4.2 Pembahasan..... 92
4.2.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan .....
CSR 92
4.2.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR 94
4.2.3 Hubungan Jumlah Anggota Direksi Pada Pengaruh .....
Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR 96
4.2.4 Hubungan Jumlah Anggota Direksi Pada Pengaruh .....
Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR..... 98
BAB V PENUTUP 100
5.1 Simpulan 100
5.2 Saran 100
DAFTAR PUSTAKA 102
LAMPIRAN 106

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pengelolaan dan Pemanfaatan Limbah B3 Sektor PEM 6
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu 45
Tabel 3.1. Perincian Sampel Penelitian 62
Tabel 3.2. Indikator GRI-G.4 yang digunakan dalam Penelitian 63
Tabel 3.3. Operasional Variabel 66
Tabel 4.1. Hasil Uji Statistik Deskriptif Pengungkapan CSR 74
Tabel 4.2. Distribusi Frekuensi Pengungkapan CSR 75
Tabel 4.3. Hasil Uji Statistik Deskriptif Ukuran Perusahaan 76
Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Ukuran Perusahaan 77
Tabel 4.5. Hasil Uji Statistik Deskriptif Profitabilitas 78
Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Profitabilitas 79
Tabel 4.7. Hasil Uji Statistik Deskriptif Jumlah Anggota Direksi 80
Tabel 4.8. Distribusi Frekuensi Jumlah Anggota Direksi 81
Tabel 4.9. Hasil Uji Normalitas 82
Tabel 4.10. Hasil Uji Multikolinearitas 83
Tabel 4.11. Hasil Uji Autokorelasi (Uji Durbin Watson) 84
Tabel 4.12. Hasil Uji Heterokedastisitas (Uji *Glejser*) 85
Tabel 4.13. Hasil Analisis Regresi Moderasi 86
Tabel 4.14. Hasil Koefisien Determinasi (R^2) 91
Tabel 4.15. Ringkasan Hasil Uji Hipotesis 91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Carroll's CSR Pyramid. 31
Gambar 2.2. Kerangka Berpikir 59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Sampel Penelitian 107
Lampiran 2 Indikator Pengungkapan CSR (GRI G4) 108
Lampiran 3 Tabulasi Data Penelitian 114
Lampiran 4 Hasil Statistik Deskriptif 117
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik 118
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Moderasi 120

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan adalah suatu badan usaha yang mengelola sumber daya *(inputs)* melalui suatu proses untuk menghasilkan barang dan jasa *(outputs).* Tujuan perusahaan adalah untuk mendapatkan laba dan meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, tujuan perusahaan adalah mempertahankan keberadaan dan keberlanjutan usahanya. Perusahaan dalam mempertahankan keberlanjutan usaha, terkadang hanya berfokus pada keuntungan semata *(profit-oriented)* dan pemenuhan kepentingan *shareholders* saja. Perusahaan dalam memenuhi kepentingan *stakeholders* hanya terbatas pada pemenuhan kepentingan pemilik, pemerintah (melalui pembayaran pajak) dan masyarakat (terbatas pada pemenuhan produk dan penyediaan lapangan kerja). Perusahaan kadang lalai dalam memenuhi kepentingan *stakeholders* tanpa memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan kondisi lingkungan alam demi mencapai tujuan perusahaan.

Upaya untuk mencapai tujuan perusahaan, dibutuhkan berbagai sumber daya untuk menjalankan aktivitas operasi perusahaan. Dampak yang ditimbulkan dari penggunaan sumber daya untuk aktivitas operasi perusahaan harus diperhatikan. Aktivitas operasi perusahaan tidak hanya berdampak pada perusahaan saja tetapi masyarakat yang berada di lingkungan sekitar dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan pun merasakan dampaknya. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab kepada *shareholders* tetapi juga terhadap lingkungan sosial dan pihak-pihak yang berkepentingan

dengan perusahaan. Tanggung jawab terhadap lingkungan sosial dapat diwujudkan perusahaan dengan mengelola lingkungan.

Pengelolaan lingkungan oleh perusahaan yang tidak disertai tanggung jawab untuk menjaga dan melestarikan lingkungan akan menciptakan malapetaka bagi lingkungan dan kehidupan manusia. Malapetaka tersebut berupa adanya wabah penyakit akibat limbah, erosi, serta terjadinya perubahan iklim yang mendorong kerugian panen. Banyaknya kerugian yang ditimbulkan akibat pengelolaan lingkungan yang buruk dan tidak bertanggung jawab, baik yang dilakukan secara individu ataupun maupun secara berkelompok dengan mengatasnamakan organisasi. Permasalahan inilah yang menimbulkan adanya tuntutan dari berbagai pihak terhadap perusahaan untuk segera melakukan tanggung jawab sosial perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan menurut *The Wold Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam Dewi & Sedana (2019) adalah komitmen perusahaan untuk ikut berkontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan. Pembangunan ekonomi berkelanjutan ini diwujudkan melalui kerja sama dengan karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas hidup dengan memberikan timbal balik untuk pembangunan dan bagi keberlanjutan bisnis perusahaan.

Hubungan timbal balik ini sesui dengan dasar CSR yang berfokus pada *triple bottom line* yaitu *economic prosperity, enviromental quality, social justice*. Perusahaan dapat menerapkan konsep *triple bottom line* ke dalam tiga aspek yaitu

profit (keuntungan), *people* (masyarakat) dan *planet* (lingkungan). Keberlanjutan perusahaan akan terjamin apabila orientasi perusahaan bergeser dari yang semula bertitik tolak hanya pada ukuran kinerja ekonomi (keuntungan atau *profit),* kepada keseimbangan lingkungan dan masyarakat.

Menurut Nawaiseh, Also & Zaid (2015) pada penelitiannya di Yordania mengungkapkan bahwa:

> *A number of companies in Jordan have started to focus on some costs for society and environment activities and to disclose them in the recent years due to stakeholders' pressure. However, the Jordan government has issued regulations that identify the role of organizations (public and private companies) like the current environment law in reducing social and environmental ills and such organizations have not devoted much attention to decreasing their negative effects on society and the environment.*

Penjelasannya adalah sejumlah perusahaan di Yordania beberapa tahun terakhir mulai fokus pada biaya untuk kegiatan masyarakat dan lingkungan serta untuk mengungkapkannya ke publik karena tekanan pemangku kepentingan. Pemerintah Yordania telah mengeluarkan peraturan yang mengidentifikasi peran organisasi (publik dan perusahaan swasta) seperti hukum lingkungan yang saat ini ditujukan untuk mengurangi penyakit sosial dan lingkungan serta organisasi. Kontribusi tanggung jawab sosial yang besar mendorong pemerintah Yordania membuat kebijakan yang tepat tentang pengungkapan tanggung jawab sosial.

Perhatian Pemerintah Yordania bertujuan untuk mengurangi efek negatif yang ditimbulkan perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan dengan mewajibkan laporan tahunan perusahaan memuat tanggung jawab sosialnya. Pada realitanya di Yordania kebijakan tentang tanggung jawab sosial perusahaan hampir dipatuhi oleh perusahaan di sektor perbankan. Pengungkapan tanggung

jawab sosial perusahaan memberikan kontribusi bagi kesehatan dan kesejahteraan masyarakat di Yordania. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Yordania diatur oleh pemerintah. Selain di Yordania, pengungkapan tanggung jawab sosial di negara berkembang seperti Indonesia juga diatur oleh pemerintah.

Pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia sebelumnya masih bersifat sukarela, dengan adanya revisi Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 Paragraf 15 revisi 2012, pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia menjadi bersifat wajib. Menurut PSAK No. 1 Paragraf 14 Revisi 2015, perusahaan juga menyajikan laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah, khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup adalah signifikan dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan keuangan yang memegang peranan penting. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) tersebut mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan kepada publik.

Pemerintah mengeluarkan peraturan mengenai tanggung jawab sosial, seiring meningkatnya masalah sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas operasi perusahaan. Peraturan ini dikeluarkan akibat dari lemahnya penegakan hukum dan pengungkapan tanggung jawab sosial yang sebelumnya masih bersifat sukarela pada laporan tahunan perusahaan. Peraturan mengenai tanggung jawab sosial diatur dalam Undang-Undang RI No.40 Tahun 2007 pasal 74 tentang perseroan wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam.

Selain itu, tahun 2012 pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas yang menjelaskan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dimuat dalam laporan tahunan perusahaan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS.

Perusahaan dalam membuat laporan CSR dapat menggunakan standar pelaporan dari *Global Reporting Initiative* (GRI). Pada penelitian ini, pengungkapan CSR peneliti memakai standar GRI-G4. Penyampaian informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan yang relevan kepada publik akan meningkatkan kepercayaan publik dan investor terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilaksanakan oleh seluruh perusahaan di Indonesia. Tanggung jawab sosial merupakan sebuah bentuk tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan untuk meminimalisir masalah sosial dan lingkungan yang terjadi di lingkungan perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial dimaksudkan untuk dipatuhi oleh seluruh perusahaan yang beroperasi di Indonesia, tidak terkecuali perusahaan yang bergerak di sektor pertambangan, energi dan mineral.

Perusahaan pertambangan di Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang dianggap berbahaya bahkan merugikan bagi masyarakat sekitarnya. Kegiatan perusahaan pertambangan yang meliputi kegiatan dalam rangka penelitian material, pengelolaan mineral tambang yang terdiri dari penyelidikan umum, eksplorasi, studi kelayakan, konstruksi, penambangan, pengelolaan dan pemurnian, pengangkutan dan penjualan, serta kegiatan pasca tambang. Kegiatan pertambangan tersebut merupakan kegiatan perusahaan pertambangan yang bergerak dibidang pemanfaatan sumber daya alam yang secara langsung maupun

tidak langsung dapat berpengaruh terhadap lingkungan sekitar. Akibat yang ditimbulkan dari perusahaan pertambangan tersebut seperti polusi, pencemaran limbah bagi masyarakat sekitar tambang. Kasus yang terjadi pada perusahaan pertambangan adalah masalah pencemaran lingkungan dan masalah sosial masyarakat sekitar pertambangan, yang diakibatkan oleh limbah hasil dari aktivitas operasi perusahaan.

Tabel 1.1.
Pengelolaan dan Pemanfaatan Limbah B3 Sektor Pertambangan, Energi dan Mineral

No	Tahun	Jumlah Limbah B3 yang dikelola (Juta Ton)	Presentase (%)
1	2015	89,3	41,63
2	2016	70,1	32,68
3	2017	55,1	25,69

Sumber : Statistik Lingkungan Hidup dan Kehutanan 2017 / *statistics of Environment and Forestry 2017;* Badan Pusat Statistik, 2018 / *Statistics Indonesia 2018*

Berkembangnya industri PEM, meningkatkan permasalahan limbah. Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa perusahaan tambang di Indonesia telah berusaha mengelola limbah yang dihasilkan. Pengelolaan limbah ini dalam aturan GRI-G4 harus dimuat dalam laporan tahunan perusahaan. Sebagian besar perusahaan sudah memuat laporan pengelolaan limbahnya pada pengungkapan CSRnya. Masalah limbah perusahaan pertambangan sering menjadi sorotan publik sehingga perlu melalui proses yang tepat.

Proses pemilahan yang banyak menggunakan media air, atau bahkan yang dilakukan di sungai. Seperti yang terlihat pada penambangan emas, langsung membuang limbahnya ke sungai tanpa pemrosesan terlebih dahulu. Begitu juga pada tambang batubara, air buangan lumpur hasil pencucian batubara *(sludge)*

mengandung logam beracun yang jauh lebih berbahaya dibanding proses pemurnian pertambangan emas menggunakan sianida. Unsur-unsur karsinogenik ini apabila bercampur dengan air sungai dan digunakan masyarakat akan menurunkan kualitas air sungai menyebabkan permasalahan kesehatan serius. Hal ini disebabkan karena pada sektor PEM memiliki area kerja dan kapasitas produksi yang besar. Namun apabila dibandingkan dengan target sampai tahun 2019 maka posisi pengelolaan limbah sampai 2017 belum mencapai target. (https://bulelengkab.go.id/assets/instansikab/126/bankdata/statistik-lingkungan-hidup-indonesia-2018-34.pdf dan diakses pada 08/01/2020 pukul 12:18)

Kasus terkait dengan *Corporate Sosial Responsibility* yaitu PT Indominco Mandiri di Kalimantan Timur, yang terbukti bersalah melanggar UU Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Pembuangan limbah PLTU batubara PT Indominco Mandiri (Indominco), anak usaha PT Indo Tambangraya Megah (ITM) berupa *fly ash* dan *bottom ash* batubara ini merupakan rentetan penghancuran alam sejak dari penambangan di Sungai Santan, Kutai Kartanegara hingga intimidasi kepada warga. Pada kasus ini, pidana penjara terhadap pimpinan perusahaan juga lenyap. Pidana denda Rp 2 miliar kepada Indominco dapat ditebus hanya mengapalkan seperempat tongkang batubara volume 8.000 ton. Hitungan itu, didapat dari harga batubara acuan saat ini, dikalikan satu tongkang batubara. (Berita yang dimuat pada www.mongabay.co.id diposting tanggal 04 Mei 2018, diakses pada tanggal 19/12/2019 pukul 14:28)

Kasus pencemaran lingkungan akibat pertambangan juga dilakukan oleh PT Freeport Indonesia (PTFI), Jayapura. Pelanggaran PTFI sepanjang 2013-2015

berupa penggunaan hutan lindung seluas 4.535,93 hektar tanpa Izin Pinjam Pakai Kawasan Hutan (IPPKH) dari KLHK dan pembuangan limbah yang mengakibatkan kerusakan ekosistem. Imbas dari pelanggaran yang mengakibatkan kerusakan lingkungan tersebut, KLHK menjatuhkan denda kepada PTFI sebesar Rp 460 miliar. Pada kasus tersebut dijelaskan bahwa PTFI melanggar Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 2 Tahun 2008 tetang Jenis dan Tarif Atas Jenis PNBP yang Berasal dari Penggunaan Kawasan Hutan Berlaku pada Departemen Kehutanan untuk Kepentingan Pembangunan di Luar kegiatan Kehutanan. Sanksi yang diberikan berupa denda tersebut akibat penggunaan kawasan hutan tanpa izin. Sanksi tersebut dihitung penggunaanya sejak tahun 2008. (www.hukumonline.com diakses pada tanggal 19/12/2019 pukul 14:47)

Riset terbaru menyatakan perusahaan di Indonesia memiliki kualitas tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan asal Thailand. Riset *Centre for Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore* (NUS) *Business School* memaparkan rendahnya pemahaman perusahaan terhadap praktik CSR, menyebabkan rendahnya kualitas pengoperasian agenda tersebut. Riset itu melakukan studi terhadap 100 perusahaan di empat negara yakni Indonesia, Malaysia, Singapura dan Thailand. Sampel diliat dari tingkat pelaporan CSR yang masih jauh dari kriteria penilaian kualitas laporan CSR yang diambil berdasarkan sejumlah indikator dari kerangka *Global Reporting Initiative* (GRI). Sejumlah faktor di antaranya adalah tata kelola perusahaan, ekonomi, lingkungan,

dan sosial. (Berita yang dimuat www.cnnindonesia.com diposting tanggal 21 Juli 2016, diakses pada tanggal 11/05/2020 pukul 12:40).

Kesimpulan pada ketiga kasus di atas adalah masalah lingkungan dan sosial yang tidak diatur dengan baik oleh perusahaan serta memberikan dampak negatif yang besar. Oleh sebab itu, masalah pengelolaan lingkungan dan sosial menjadi aspek yang penting dalam mengoperasikan perusahaan. Penerapan CSR wajib dilaksanakan perusahaan supaya perusahaan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat sekitar.

Hal ini didukung oleh teori legitimasi yang dikemukakan oleh Deegan (2002) yang menyatakan bahwa perusahaan harus mengambil tindakan yang dapat diterima secara sosial oleh masyarakat agar perusahaan dapat melanjutkan kegiatan operasionalnya. Perusahaan dalam memperoleh legitimasi dilihat dari aktivitas operasi yang dilakukan, apakah telah sesuai dengan norma yang berlaku dan tidak merugikan masyarakat. Kepedulian perusahaan terhadap lingkungan diharapkan dapat meningkatkan legitimasi dan berdampak baik untuk jangka panjang perusahaan. Pemegang kepentingan atau *stakeholder* harus mengetahui realisasi tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan melalui pengungkapan CSR untuk meminimalisir kecurangan pihak internal perusahaan.

Teori keagenan *(agency theory)* yang dikemukakan oleh Scott (2015:358) dibangun sebagai upaya untuk memahami dan memecahkan masalah yang muncul manakala ada ketidaklengkapan informasi pada saat melakukan kontrak (perikatan). Hubungan agensi ada ketika salah satu pihak *(principal)* menyewa pihak lain *(agent)* untuk melaksanakan jasa dan dalam hal tersebut, *principal*

mendelegasikan wewenang kepada agen untuk membuat keputusan. Apabila agen membuat keputusan untuk melakukan praktik dan mengungkapkan CSR, maka diyakini agen akan bertindak dengan cara yang sesuai norma dengan tetap memperhatikan kepentingan *principal.*

Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan tidak lepas dari adanya konflik dengan para *stakeholder.* Permasalahan inilah yang mendorong perusahaan di Indonesia mulai melaksanakan dan mengungkapkan *Corporate Social Responbility* (CSR). Pelaksanaan CSR ini bertujuan untuk menghindari konflik dengan para *stakeholder.* Tujuan lain dari pengungkapan CSR adalah melaksanakan kewajiban yang telah diperintahkan oleh Undang-Undang RI No.40 Tahun 2007 pasal 74 tentang perseroan wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Menurut Yuliawati & Sukirman (2015) faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu karakteristik perusahaan, didalamnya terdapat variabel profitabilitas, *leverage, size, media exposure, reserach and develompment* dan rentabilitas. Menurut Nugroho & Yulianto (2015) faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dari aspek *good corporate goverment* perusahaan yaitu ukuran dewan komisaris, jumlah rapat, kategori KAP, kepemilikan modal, kepemilikan asing dan jumlah komite audit. Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, peneliti memilih karakteristik perusahaan dengan variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas untuk dijadikan variabel penelitian dikarenakan banyaknya variasi atau perbedaaan hasil penelitian terhadap kedua variabel tersebut serta untuk

menganalisis dan menemukan bukti empiris tentang pengaruh dari kedua variabel tersebut.

Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan. Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui bahwa semakin besar jumlah total aset yang dimiliki perusahaan, maka akan semakin besar pula tanggung jawab sosial perusahaan yang harus diungkapkan. Menurut Deegan (2002) teori legitimasi menyatakan bahwa untuk mendapatkan legitimasi dari *stakeholders* perusahaan yang besar akan mengungkapkan tanggung jawab sosial. Sesuai teori *stakeholder*, semakin besar ukuran perusahaan maka tuntutan *stakeholder* atas manfaat keberadaan perusahaan tersebut cenderung lebih besar (Ghozali & Chairi, 2007). Hal ini sesuai dengan teori agensi yang dikemukakan oleh Scott (2015:358) menyatakan bahwa perusahaan dengan visibilitas politis yang tinggi cenderung mengungkapkan informasi kegiatannya (khususnya kegiatan CSR) lebih luas.

Hasil penelitian Robiah & Erawati (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR dengan arah positif pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2015. Hasil penelitian ini berarti perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini juga didukung oleh penelitian Nanda & Rismayani (2019) serta Astuti (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini berbeda dengan Pakpahan & Rajagukguk (2018) yang menyatakaan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016. Hasil dari analisis tersebut membuktikan anggapan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial tidak dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, di mana perusahaan besar belum tentu mengungkapkan informasi yang lebih luas. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Leksono & Butar (2019) serta Saragaih & Sembiring (2019) yang menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Teori agensi yang dikemukakan oleh Scott (2015:358) menyatakan bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial yang lebih luas. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan ketersediaan dana yang lebih untuk melaksanakan CSR dan mengungkapkannya, sebagai bukti akuntabilitas kepada s*takeholder* serta meyakinkan bahwa aktivitas perusahaan sudah sesuai dengan norma dan nilai sosial yang berlaku di masyarakat. Pada penelitian ini, pengukuran indikator profitabilitas yang digunakan adalah *return on assets* (ROA). ROA merupakan rasio untuk mengukur keuntungan bersih yang diperoleh dari aset perusahaan.

Penelitian Indrayenti & Jenny (2018) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar dalam BEI periode 2014-2016. Hal ini mendukung teori yang mengatakan bahwa dengan adanya laba yang tinggi maka manajemen akan melakukan pengungkapan sosial yang luas. Hal ini

didukung oleh penelitian dilakukan Ruroh & Latifah (2018) serta Susilowati et al (2018) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini berbeda dengan Saragih & Sembiring (2019) yang menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2017. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dijelaskan bahwa sampel perusahaan yang memiliki nilai profitabilitas yang diproksikan dengan ROA belum menungkapkan CSR dengan cukup baik. Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nugroho & Yulianto (2015) serta Jayanti & Husaini (2018) yang menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

Adanya perbedaan hasil penelitian atau *reseach gap* pada penelitian sebelumnya diduga terdapat variabel lain yang memperkuat atau memperlemah pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility.* Berdasarkan hal tersebut maka peneliti dalam penelitian ini menyertakan *good corporate governance* sebagai variabel moderasi yang diproksikan pada jumlah anggota direksi. Hal tersebut karena untuk mengurangi tindakan manajemen yang tidak sesuai dengan harapan prinsipal diperlukan *good corporate*. Dewan direksi merupakan mekanisme dari *Good Corporate Governance* (GCG) yang berperan untuk meyakinkan bahwa perusahaan telah memenuhi keinginan para *stakeholder* dalam membuat keputusan pengelolaan perusahaan.

Teori agensi dalam Abubakar, Hidayati & Mawardi (2018) menyatakan bahwa jumlah anggota direksi yang semakin banyak akan membuat keputusan yang tepat mengenai peningkatan sumber daya perusahaan yang digunakan untuk meningkatkan pengungkapan CSR. Jumlah anggota direksi yang semakin banyak akan berpengaruh terhadap kemajuan perusahaan dalam meningkatkan sumber daya perusahaan dan keuntungan perusahaan yang digunakan untuk membiayai CSR dan mengungkapkannya dengan tujuan mendapatkan legitimasi masyarakat.

Jumlah anggota direksi yang cukup pada perusahaan akan memberikan keputusan yang tepat pada alokasi pembiayaan dan pelaksanaan pengungkapan CSR karena anggota akan memberikan masukkan yang terbaik bagi keberlangsungan perusahaan. Dewan direksi akan memberikan target pada manajemen perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang telah disepakati dan meningkatkan aset perusahaan. Peningkatan aset dan keuntungan inilah yang digunakan untuk membiayai praktik dan pengungkapan CSR. Hal ini berarti ukuran perusahaan dan profitabilitas perusahaan yang meningkat karena keputusan direksi yang tepat dalam mengelola manajemen perusahaan akan meningkatkan pengungkapan CSRnya. Penjelasan tersebut yang menjadi dasar mengapa variabel jumlah anggota direksi dijadikan sebagai variabel moderasi.

Berdasarkan *phenomena gap* dan *research gap* di atas, maka penelitian ini ditujukan untuk memperoleh bukti empiris “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR Dengan Jumlah Anggota Direksi Sebagai Variabel Moderasi”.

1.2 Identifikasi Masalah

Banyaknya kasus kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas operasi perusahaan yang bergerak pada sektor pertambangan, menjadikan *corporate social responsibility* menjadi penting sebagai salah satu bentuk pertanggungjawaban perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkaan CSR menurut Yuliawati & Sukirman (2015) serta Nugroho & Yulianto (2015) yaitu:

1. Profitabilitas
2. *Leverage*
3. *Size*
4. *Media exposure*
5. *Reserach and develompment*
6. Rentabilitas
7. Ukuran dewan komisaris
8. Jumlah rapat pimpinan
9. KAP
10. Kepemilikan modal
11. Kepemilikan asing
12. Jumlah komite audit.

1.3 Cakupan Masalah

Ruang lingkup yang akan dikaji dalam penelitian ini memiliki batasan, antara lain:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi *corporate social responsibility* yang akan dikaji dalam penelitian ini meliputi, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *good corporate governance* (GCG) yang diproksikan pada jumlah anggota direksi.
2. Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2018.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah jumlah anggota direksi mampu memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah jumlah anggota direksi mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Mengetahui dan menganalisis apakah jumlah anggota direksi mampu memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Mengetahui dan menganalisis apakah jumlah anggota direksi mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.6 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat menguji secara empiris *legitimacy theory* menurut Deegan (2002), *agency theory* menurut Scott (2015) dan *stakeholder theory* menurut Ghozali & Chairi (2007) dalam studi mengenai pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan CSR

perusahaan dengan jumlah anggota direksi direksi sebagai variabel moderasi. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkuat hasil-hasil penelitian sebelumnya berkenaan dengan pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR perusahaan dengan jumlah anggota direksi sebagai variabel moderasi. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu sumber referensi maupun acuan dalam melakukan penelitian atau pembuatan karya tulis lainnya mengenai pengungkapan CSR.

2. Kegunaan Praktis

   a. Bagi Perusahaan

      Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam melakukan pertimbangan untuk mengevaluasi dan meningkatkan kinerja manajemen berkenaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*.

   b. Bagi Pemerintah

      Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan bagi pemerintah untuk menentukan kebijakan dan standar dalam mengatur pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia.

   c. Bagi Investor

      Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam membuat keputusan investasi yang tepat, mengingkat pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan salah satu hal yang penting bagi *stakeholder*.

1.7 ORISINALITAS PENELITIAN

Penelitian ini merupakan replika dari penelitian yang dilakukan oleh Anissa & Machdar (2019) yang meneliti pengaruh kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan ukuran dewan direksi sebagai variabel moderating. Total sampel dalam penelitian ini sebanyak 36 perusahaan yang terdaftar di Indeks LQ 45 pada periode 2010-2016.

Penelitian yang dilakukan oleh Susilowati, Candrawati, & Afandi (2018) tentang analisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan direksi terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan objek penelitian perusahaan makanan dan minuman di Indonesia. Penelitian ini menggunakan PLS *(Partial Least Square)* sebagai teknik pengolahan data. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Krisna & Suhardianto (2016) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris. . Sampel yang digunakan adalah perusahaan sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 2010-2012. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini menghadirkan variabel *good corporate governance* (GCG) dengan proksi ukuran dewan direksi sebagai variabel moderasi. Variabel tersebut dipilih berdasarkan perbedaan hasil penelitian terdahulu. Penelitian ini menggunakan

variabel ukuran perusahaan yang diukur menggunakan dengan total aset perusahaan. Total aset kemudian diubah ke dalam bentuk *logaritma natural.* Variabel lain yang diteliti adalah profitabilitas yang diukur menggunakan *return on assets* (ROA). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam penelitian ini diukur menggunakan index *Global Reporting Initiative* (GRI) versi 4.0 dan metode analisis data menggunakan SPSS versi 25. Ruang lingkup penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2016-2018.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 Kajian Teori Utama *(Grand Theory)*

2.1.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi *(Legitimacy Theory)* berfokus pada interaksi yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat (Deegan, 2002). Teori ini menyatakan bahwa organisasi adalah bagian dari masyarakat sehingga harus memperhatikan norma-norma sosial yang terdapat di masyarakat karena dengan menaati norma sosial dapat membuat perusahaan semakin *legitimate* (Sari & Triyono, 2017). Menurut Pakpahan & Rajagukguk (2018) legitimasi dapat diartikan sebagai menyamakan asumsi atau persepsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial. Berdasarkan pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa teori legitimasi membahas tentang organisasi yang secara berkelanjutan melakukan berbagai upaya untuk menjamin bahwa segala kegiatan operasionalnya masih berada dalam batasan-batasan yang ditekankan oleh norma yang berlaku di masyarakat.

Menurut Deegan (2002) legitimasi merupakan hal penting bagi organisasi, dengan adanya batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial mendorong organisasi untuk berperilaku sesuai batasan tersebut dengan memperhatikan lingkungan. Organisasi yang berperilaku sesuai norma dan nilai sosial dengan memperhatikan lingkungan sekitar akan berpengaruh terhadap

kelangsungan usaha kedepannya. Hal ini mendorong organisasi untuk memperhatikan lingkungan sekitar dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.

Menurut Deegan (2002) teori legitimasi meyakini bahwa antara organisasi dengan lingkungan dimana organisasi tersebut beroperasi memiliki suatu gagasan yang disebut "kontrak sosial". Konsep "kontrak sosial" digunakan untuk menunjukkan harapan masyarakat tentang cara yang seharusnya dilakukan organisasi dalam melakukan aktivitas. Harapan masyarakat terhadap perilaku perusahaan dapat bersifat implisit dan eksplisit. Bentuk implisit dari kontrak sosial tersebut adalah harapan masyarakat yang tidak tercantum dalam peraturan legal, sedangkan bentuk eksplisitnya adalah peraturan legal. Berdasarkan penjelasan tersebut pengungkapan pelaporan sosial dan lingkungan menjadi salah satu cara perusahaan untuk mewujudkan harapan dan kinerja yang baik kepada masyarakat dan investor.

Menurut Abubakar et al (2018) teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh *stakeholders* yaitu masyarakat, investor, pemerintah dan lain sebagainya. Upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menyakinkan para *stakeholders* adalah perusahaan harus memiliki insentif untuk melakukan kegiatan sosial. Kegiatan sosial ini merupakan harapan dari para *stakeholders* yang harus dilaksanakan oleh perusahaan. Kegagalan perusahaan dalam memenuhi harapan masyarakat akan mengakibatkan hilangnya legitimasi dan akan berdampak terhadap dukungan yang diberikan oleh masyarakat kepada perusahaan. Hilangnya legitimasi dari masyarakat akan mengakibatkan terancamnya

keberlanjutan suatu organisasi, karena legitimasi merupakan salah satu faktor yang penting bagi suatu organisasi.

Menurut Wiyuda & Pramono (2017) legitimasi masyarakat merupakan faktor yang penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Salah satu cara yang dapat digunakan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi tersebut yaitu melalui pengungkapan tanggung jawab sosial *(corporate social responsibility).* Menurut Yuliani (n.d.) CSR dinilai sebagai sebuah komunikasi antara pihak organisasi atau perusahaan dengan masyarakat dan sosial, sehubungan dengan jalinan komunikasi mengenai dampak sosial dan lingkungan. Pengungkapan CSR dapat menjadi jalan masuk bagi perusahaan untuk memperoleh *profit* dan memperbaiki legitimasi (Putri & Dwirandra, 2018).

Berdasarkan penjelasan tersebut menunjukkan bahwa pentingnya pengungkapan CSR oleh perusahaan, karena dengan pengungkapan CSR ini akan menjadi jaminan keberlangsungan usaha perusahaan kedepannya. Perusahaan dalam melaksanakan CSR pastinya memerlukan banyak biaya karena selain untuk masyarakat, CSR juga ditujukan untuk membantu pemerintah dan lingkungan. Biaya tersebut tidak akan menjadi masalah bagi perusahaan apabila perusahaan memiliki sumber daya yang besar.

Berdasarkan teori legitimasi tersebut yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki sumber daya yang besar akan berusaha untuk memperoleh legitimasi dari seluruh pemangku kepentingan. Sumber daya yang besar yang dimiliki perusahaan berkaitan dengan variabel ukuran perusahaan. Semakin besar

ukuran perusahaan tersebut maka semakin besar pula harapan pengungkapan CSRnya.

2.1.2 Teori Agensi

Teori keagenan adalah teori yang menjelaskan hubungan antara agen dan prinsipal. Menurut Scott (2015:358) teori keagenan merupakan cabang dari *gametheory* yang mempelajari skema dari kontrak untuk memotivasi agen yang rasional untuk bertindak sesuai keinginan dari *principal.* Hubungan agensi ada ketika salah satu pihak *(principal)* menyewa pihak lain *(agent)* untuk melaksanakan jasa dan dalam hal tersebut, *principal* mendelegasikan wewenang kepada agen untuk membuat keputusan. Menurut Abubakar et al (2018) menyatakan bahwa dalam hubungan agen-prinsipal, pihak agen memanfaatkan kesempatan dan dalam hubungan antara *shareholders* dan *debtholder* pihak pemegang saham yang mengambil kesempatan dari hubungan tersebut. Perbedaan kepentingan antara dua pihak tersebut dapat menimbulkan konflik keagenan. Konflik ini terjadi karena kemungkinan *agent* tidak bertindak sesuai dengan kepentingan *principal.* Selain itu, konflik timbul juga dikarenakan adanya ketidakseimbangan informasi yang dimiliki oleh *principal* dan *agent* atau sering disebut sebagai asimetri informasi

Menurut Scott (2015:358) teori keagenan *(agency theory)* dibangun sebagai upaya untuk memahami dan memecahkan masalah yang muncul manakala ada ketidakseimbangan informasi atau asimetri informasi pada saat melakukan kontrak (perikatan). Kontrak yang dimaksud di sini adalah hubungan

antara prinsipal (pemilik dan pemegang saham) yaitu *stakeholder* dan agen (manajemen). Teori keagenan menyatakan *principal-agent problem* akan terjadi apabila agen mempunyai keunggulan informasi dibandingkan prinsipal serta kepentingan agen dan prinsipal berbeda, maka agen akan bertindak curang dengan tujuan menguntungkan dirinya namun merugikan prinsipal. Beban yang muncul karena tindakan manajemen tersebut menjadi *agency cost.* Teori keagenan mengasumsikan bahwa setiap individu bertindak atas kepentingan masing-masing. Hal ini berpotensi terjadinya konflik kepentingan antara *principal* dan *agent* yang akan memicu timbulnya biaya keagenan *(agency cost).* Teori keagenan berusaha menjelaskan tentang penentuan kontrak yang paling efisien yang bisa membatasi konflik atau masalah keagenan.

Menurut Iswahyudi et al. (2015) salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk memonitor masalah agensi adalah dengan menggunakan tata kelola perusahaan *(corporate governance)*. Penerapan *good corporate governance* diharapkan dapat menciptakan monitoring kerja yang efektif, karena semua pihak yang berkepentingan dengan perusahaan akan melakukan usahanya secara baik sesuai dengan hak dan kewajibannya sehingga dapat menurunkan biaya agensi. Adanya konsep *corporate governance,* pihak manajemen (agen) diharapkan dapat dipercaya dalam mengelola kekayaan pemilik (prinsipal) dan pemilik juga yakin bahwa agen bertindak sewajarnya dan tidak melakukan kecurangan untuk kepentingan agen sendiri sehingga dapat meminimalkan konflik serta biaya keagenan.

Hal ini berarti konsep *good corporate governance* berfungsi untuk mengontrol tindakan perusahaan agar sesuai kepentingan pemegang saham dan *stakeholder* yang sejalan dengan *agency theory*. Maka dari itu teori agensi menekankan pentingnya perusahaan (pemegang saham atau *principal*) untuk menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga-tenaga profesional (disebut *agent*) agar pemilik perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin dengan biaya yang seefisien mungkin. Agen yang dimaksud adalah dewan direksi yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengurusan perseroan atau perusahaan.

Dewan direksi sebagai pihak internal perusahaan dalam konsep teori agensi ini adalah selaku agen dan masyarakat atau *stakeholder* adalah prinsipal. Para *stakeholder* menyerahkan wewenang pengurusan perusahaan kepada agen yaitu dewan direksi agar beroperasi sesuai norma yang berlaku pada masyarakat. Secara langsung maupun tidak langsung kegiatan operasi perusahaan akan berdampak pada kondisi sosial lingkungan sekitar, maka diperlukannya tanggung jawab sosial perusahaan. Apabila agen melakukan pengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan akan berdampak pada dukungan para *stakeholders* terhadap keberlangsungan usaha kedepannya.

Berdasarkan penjelasan teori agensi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah anggota direksi yang semakin besar akan membuat keputusan yang sesuai dengan keinginan prinsipal. Keputusan ini berkaitan dengan tata kelola perusahaan yang sesuai dengan norma yang berlaku. Jumlah anggota direksi yang mencukupi dalam perusahaan akan memberikan kontribusi dalam mengelola

manajemen perusahaan untuk meningkatkan sumber daya yang dimiliki dan keuntungan yang diperoleh. Sesuai teori agensi tersebut jumlah anggota direksi yang besar pada suatu perusahaan akan meningkatkan kebijakan yang berkaitan peningkatan sumber daya yang dimiliki dan keuntungan yang diperoleh untuk membiayai praktik serta pengungkapan CSR.

2.1.3 Teori *Stakeholder*

Menurut Ghozali & Chairi (2007) teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah sebuah entitas yang hanya mementingkan usahanya sendiri dalam kegiatan operasinya, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*nya. Perusahaan sebagai entitas harus menjaga hubungan dengan *stakeholder*nya dengan memenuhi keinginan dan kebutuhan *stakeholder*nya, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan (Ghozali & Chairi, 2007). Perusahaan harus bisa menjaga komunikasi yang baik dengan cara mengungkapkan informasi yang diperlukan oleh *stakeholder*. Hal ini menunjukkan bahwa *stakeholder* merupakan komponen penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

Menurut Sari, Nurleli & Lestari (2019) *stakeholder* dianggap penting oleh perusahaan dan sangat berpengaruh terhadap jalannya aktivitas operasional perusahaan karena dalam menjalankan usahanya perusahaan tentu akan berhubungan dengan para *stakeholder* yang jumlahnya banyak sesuai dengan luas lingkup operasi perusahaan. Penghasilan yang diperoleh perusahaan berupa laba

tentunya merupakan tujuan dan harapan yang ingin dicapai oleh para *stakeholder*. Perusahaan yang mendapatkan laba akan memberikan kontribusi positif kepada para *stakeholder,* karena dengan laba yang dihasilkan perusahaan dapat memenuhi kepentingan *stakeholder*. Penyajian informasi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memenuhi kepentingan *stakeholder*.

Menurut Suprasto & Haryanti (2019) beberapa alasan yang mendorong perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder,* yaitu: 1) Isu lingkungan melibatkan kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup mereka. 2) Pada era globalisasi mendorong produk-produk yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan. 3) Investor dalam menanamkan modalnya cenderung untuk memilih perusahaan yang memiliki dan mengembangkan kebijakan dan program lingkungan. 4) LSM dan pencinta lingkungan makin vokal dalam mengkritik perusahaan perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan. Salah satu strategi yang dapat digunakan perusahaan untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder*nya adalah dengan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan. Perusahaan juga harus memperhatikan kepentingan *stakeholder* untuk kemudian menjalin komunikasi dengan mereka sebagai salah satu alat pengerat hubungan kedua belah pihak.

Perhatian yang dapat diberikan perusahaan kepada *stakeholder* adalah dengan cara menerapkan program CSR. Pengungkapan CSR oleh perusahaan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan agar mendapatkan dukungan dari para *stakeholder* yang dapat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Praktik dan pengungkapan CSR memerlukan

biaya yang tidak sedikit sehingga perusahaan perlu meningkatkan labanya supaya CSR dapat terlaksana dan dilaporkan. Laba yang dihasilkan perusahaan sebagian dialokasikan untuk kepentingan *stakeholders* sehingga keberlangsungan perusahaan tetap terjaga.

Berdasarkan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan mengungkapkan CSR yang tinggi pula karena sebagai bagian dari timbal balik atau hasil dari hubungan saling menguntungkan antara perusahaan dan *stakeholder*nya. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan mudah menyampaikan informasi sosialnya karena biaya yang diperlukan akan tercukupi dengan adanya laba tersebut. Hal ini menjelaskan bahwa dengan adanya pengungkapan CSR akan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak.

2.2 Kajian Variabel Penelitian

2.2.1 Pengungkapan CSR *(Corporate Social Responsibility)*

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan menurut *The Wold Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam Dewi & Sedana (2019) adalah komitmen perusahaan untuk ikut berkontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan. Pembangunan ekonomi berkelanjutan ini diwujudkan melalui kerja sama dengan karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas hidup dengan memberikan timbal balik untuk pembangunan dan bagi keberlanjutan bisnis perusahaan.

Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam *Global Reporting Initiative* menurut situs resmi GRI (http://www.globalreporting.org) adalah:

> *a network-based organization that has pioneered the development of the world's most widely used sustainability reporting framework and is committed to its continuous improvement and application worldwide.*

Penjelasan dari kalimat di atas adalah *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.

GRI *Sustainability Reporting Guidelines* membagi aspek-aspek yang perlu dilaporkan dalam tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam tiga kategori, yaitu: kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Ketiga aspek ini diharapkan dapat dilaporkan oleh perusahaan setiap tahunnya. Laporan ini memberikan informasi mengenai kontribusi perusahaan terhadap pengembangan ekonomi yang berkelanjutan. Namun, karena masih adanya perusahaan yang belum berpengalaman, GRI memberikan pilihan dan fleksibilitas bagi penggunanya dalam membuat laporan pertanggungjawaban sosial yang lengkap dan ideal.

Menurut Carroll (2004) mendefinisikan CSR dengan *responsibility approach* yang terdiri dari *economic responsibility, legal responsibility, ethical responsibility,* dan *philanthropic responsibility*. Carroll menggambarkan CSR kedalam empat dimensi yang dikenal dengan CSR *pyramids*.

Gambar 2.1. Carroll's CSR *Pyramid*
Sumber : Carroll, 2004

Carroll (2004) menjelaskan bahwa tujuan utama perusahaan adalah menghasilkan keuntungan dari barang dan jasa yang dihasilkannya, perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus *survive* dan berkembang *(economic responsibilities).* Namun, perlu diperhatikan juga bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab kepada para pemangku kepentingan. Hal lain yang harus diperhatikan adalah *legal responsibilities,* yaitu bagaimana perusahaan melakukan operasinya sesuai dengan peraturan yang berlaku yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Peraturan ini dibuat untuk menghindari adanya penyalahgunaan yang dilakukan oleh perusahaan. Selanjutnya perusahaan juga harus menjalankan praktik bisnis yang baik, adil atau *fair*, serta melakukan kegiatan-kegiatan yang tidak menimbulkan kerusakan *(ethical responsibilities)* dan yang terakhir adalah perusahaan juga

harus berusaha untuk menjadi perusahaan yang baik *(good corporate citizen)* dan dapat memberi kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung bagi lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan beberapa definisi tanggung jawab sosial diatas dapat dikatakan adanya penekanan tanggung jawab sosial sebagai suatu komitmen perusahaan untuk berkontribusi kepada *stakeholder* dalam rangka pembangunan berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan. Pada dasarnya *Corporate Sosial Responsibilty* (CSR) adalah komitmen perkembangan ekonomi yang berkelanjutan yang berkontribusi dengan melihat tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *stakeholder* serta melihat keseimbangan di antara prospek ekonomi, sosial, serta lingkungan. Tanggung jawab sosial merupakan gambaran atas semua kegiatan yang sudah diuraikan dengan urut dan memberikan kontribusi positif kepada masyarakat serta lingkungan yang disesuaikan dengan kemampuan perusahaan.

Menurut Sari & Triyono (2017) CSR adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial dan lingkungan sekitar dimana perusahaan tersebut menjalankan aktivitasnya. Pelaksanaan dan konsep CSR merupakan tanggung jawab bersama, baik bagi pemangku kepentingan *(stakeholder)* maupun pihak yang terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Adanya dampak dari aktivitas perusahaan telah menyadarkan bahwa kerusakan lingkungan yang terjadi harus ditangani dengan baik bahkan dikurangi agar dapat dimanfaatkan oleh generasi mendatang.

Tekanan *stakeholder* terhadap perusahaan untuk dapat secara efektif melakukan dan memperhatikan kegiatan lingkungan serta keharusan suatu perusahaan untuk menjadi akuntabel juga menyebabkan meningkatnya perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Pengungkapan tanggung jawab sosial adalah salah satu tanggung jawab perusahaan saat ini, karena perusahaan tidak hanya terbatas pada kinerja keuangan saja, akan tetapi perusahaan juga bertanggung jawab terhadap masalah sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan (Wati, 2018). *Corporate social responsibility* (CSR) telah berkembang menjadi bagian dari strategi bisnis perusahaan, terutama terkait dengan fungsi pemasaran, *public relation*, dan pengambilan kebijakan investasi. Saat ini perusahaan tidak hanya dituntut mencari keuntungan/laba semata, namun juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat (Sari & Triyono, 2017). Tanggung jawab sosial ini dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada para *stakeholder* tentang kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan melalui pengungkapan setiap tahunnya.

Menurut Sukasih & Sugiyanto (2017) kata pengungkapan secara umum memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Tujuan dari pengungkapan adalah menyajikan suatu informasi yang berguna bagi berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan. Pengungkapan adalah penyajian informasi yang ditujukan kepada pihak-pihak yang memiliki kepentingan yang berbeda-beda. Menurut Kastamutuwardhani & Khairunnisa (2019), pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility merupakan sebuah laporan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan berkaitan dengan dampak sosial maupun dampak lingkungan. Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan *(Corporate Social Responsibility Disclosure)* adalah agar perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu (Sidauruk & Yuliana, 2016).

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan merupakan suatu proses pengkomunikasian kepada kelompok khusus tertentu yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan mengenai dampak sosial dan lingkungan yang diakibatkan dari kegiatan operasional perusahaan. Pengungkapan ini harus memuat informasi yang diperlukan dan bermanfaat bagi para *stakeholder.* Oleh karena itu, pengungkapan harus dilakukan seluas-luasnya mengingat keluasan pengungkapan menentukan legitimasi perusahaan.

Pengungkapan CSR merupakan salah satu bagian dari akuntansi pertanggungjawaban sosial yang bertujuan untuk mengkomunikasikan informasi sosial kepada *stakeholder.* Menurut Guthrie dan Parker dalam Iswahyudi et al (2015) pengungkapan informasi CSR yang dimuat dalam laporan tahunan perusahaan merupakan salah satu cara perusahaan untuk melegitimasi, mempertahankan dan membangun kontribusi perusahaan baik dari sisi ekonomis maupun politis. Selain itu juga, akuntansi pertanggungjawaban sosial dapat memberikan informasi mengenai sejauh mana organisasi atau perusahaan

memberikan kontribusi positif maupun negatif terhadap kualitas hidup manusia dan lingkungannya. Pentingnya pengungkapan CSR menjadikan dasar berbagai negara mewajibkan perusahaan atau organisasi mengungkapkan CSR setiap tahunnya, tidak terkecuali di Indonesia.

Pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia sebelumnya masih bersifat sukarela, dengan adanya revisi Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 Paragraf 15 revisi 2012, pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia menjadi bersifat wajib. Menurut PSAK No. 1 Paragraf 14 Revisi 2015, perusahaan juga menyajikan laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah, khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup meiliki nilai signifikan dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan keuangan yang memiliki peranan penting. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan tersebut mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan kepada publik.

Pemerintah mengeluarkan peraturan mengenai tanggung jawab sosial, seiring meningkatnya masalah sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas operasi perusahaan. Peraturan ini dikeluarkan akibat dari lemahnya penegakan hukum dan pengungkapan tanggung jawab sosial yang sebelumnya masih bersifat sukarela pada laporan tahunan perusahaan. Peraturan mengenai tanggung jawab sosial diatur dalam Undang-Undang RI No.40 Tahun 2007 pasal 74 tentang perseroan wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Selain itu, tahun 2012 pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 47

Tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas yang menjelaskan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dimuat dalam laporan tahunan perusahaan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkaan CSR dari beberapa penelitian adalah diantaranya yaitu karakteristik perusahaan, didalamnya terdapat variabel profitabilitas, *leverage, size, media exposure, reserach and develompment* dan rentabilitas. Selain dari karakteristik perusahaan ada juga faktor pengungkapan CSR dari aspek *good corporate goverment* perusahaan yaitu ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi, jumlah rapat, kategori KAP, kepemilikan modal, kepemilikan asing dan jumlah komite audit.

Pengungkapan CSR umum dilakukan dengan menggunakan indeks GRI *(Global Reporting Initiative).* GRI pertama kali muncul pada tahun 1997 dan baru dibentuk di Boston, Amerika Serikat oleh *United Nations Environment Programme* (UNEP). Namun GRI baru memberikan panduan untuk laporan keberlanjutan pada tahun 2000. Pada penelitian ini, pengungkapan CSR peneliti memakai standar GRI-G4. Dalam standar GRI-G4 indikator kinerja dibagi menjadi 3 komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial mencakup praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, tanggung jawab atas produk dengan total kinerja indikator mencapai 91 indikator. (Sumber: www.globalreporting.org diakses pada tanggal 29/12/2019 pukul 11:47).

Variabel CSR diukur dengan proksi *corporate social responsibility disclosure index* (CSRDI) berdasarkan indikator *Global Reporting Index* (GRI).

Perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya sesuai dengan indikator *Global Reporting Index* (GRI) versi 4.0. Indikator GRI versi 4.0 yaitu indikator ekonomi, indikator lingkungan, indikator sosial indikator hak asasi manusia, indikator kemasyarakatan dan indikator tanggung jawab produk dengan total 91 item pengungkapan. Setiap item tanggung jawab sosial yang diungkapkan diberi skor 1 dan jika perusahaan tidak mengungkapkan tanggung jawab sosialnya maka diberi skor 0. Selanjutnya, skor dari tiap item diakumulasi untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

2.2.2 Ukuran Perusahaan

Menurut Wiyuda & Pramono (2017) ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Menurut UU No. 20 Tahun 2008, ukuran perusahaan terbagi dalam empat kategori, yaitu (1) Usaha Mikro, (2) Usaha Kecil, (3) Usaha Menengah dan (4) Usaha Besar. Perusahaan yang skalanya besar biasanya cenderung lebih banyak mengungkapkan informasi dari pada perusahaan yang mempunyai skala kecil.

Menurut Rokhman (2013) ukuran perusahaan atau *size* merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis. Ukuran suatu perusahaan dapat berpengaruh terhadap luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Ukuran perusahaan *(size)* merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan yang dimuat pada laporan tahunan perusahaan. Pada umumnya perusahaan yang besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi

sosialnya daripada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis tekanan politis yang dihadapi oleh perusahaan besar yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial.

Menurut Sidauruk & Yuliana (2016) suatu perusahaan yang besar dimana sahamnya tersebut sangat luas, setiap peluasan modal saham hanya mempunyai pengaruh kecil terhadap kemungkinan tergesernya atau hilangnya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Sebaliknya perusahaan yang kecil dimana sahamnya hanya tersebar di lingkungan kecil, penambahan jumlah saham akan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kemungkinan hilangnya kontrol pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Kesimpulannya adalah pada perusahaan yang besar di mana sahamnya tersebut tersebar sangat luas akan lebih berani mengungkapkan tanggung jawab sosial yang tinggi sebagai daya tarik pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan. Perusahaan yang skalanya besar biasanya cenderung lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial dari pada perusahaan yang mempunyai skala kecil.

Berdasarkan penjelasan diatas besar kecilnya ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aset, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Semakin besar nilai item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Semakin besar aset yang dimilki oleh perusahaan maka semakin banyak modal yang ditanam. Semakin tinggi tingkat penjualan

perusahaan maka semakin banyak perputaran uang. Semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula suatu perusahaan dikenal oleh masyarakat.

Variabel ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang dapat menunjukkan karakteristik atau kelompok suatu perusahaan yang dilihat dari total aset perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan total aset perusahaan. Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan total aset perusahaan. Total aset kemudian diubah ke dalam bentuk *logaritma natural*.

Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui bahwa semakin besar jumlah total aset yang dimiliki perusahaan, maka akan semakin besar pula tanggung jawab sosial *(corporate social responsibility)* perusahaan yang harus diungkapkan. Ukuran perusahaan yang semakin besar akan memberikan kontribusi terhadap pengungkapan informasi CSR perusahaan dan keberlangsungan perusahaan akan bertahan lebih lama.

2.2.3 Profitabilitas

Menurut Indrayenti & Jenny (2018) profitabilitas perusahaan merupakan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut, dengan kata lain profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba pada tingkat penjualan aset dan ekuitas. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba

pada tingkat yang dapat diterima, dapat dinilai menggunakan tingkat profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan.

Menurut Saputra (2016) profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba dan memberikan gambaran efektivitas perusahaan dalam melaksanakan aktivitas operasinya. Tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, oleh karena itu semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosialnya karena perusahaan ingin mempertahankan dan menunjukkan kepada *stakeholders* bahwa perusahaan telah memenuhi tuntutan yang diberikan sesuai dengan *profit* yang telah dihasilkan perusahaan. Profitabilitas juga memiliki arti penting pada kelangsungan usaha dari badan usaha untuk jangka panjang, karena profitabilitas menunjukan prospek jangka panjang suatu badan usaha yang baik dimasa yang akan datang. Semakin tinggi tingkat profitabilitas badan usaha memberikan jaminan kelangsungan usaha di masa yang akan datang, sehingga mendorong badan usaha untuk selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya.

Berdasarkan beberapa pengertian profitabilitas tersebut dapat simpulkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menciptakan laba dengan menggunakan modal perusahaan. Implikasinya adalah semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, semakin besar pula pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan (Saragih & Sembiring, 2019). Pada umumnya pengukuran profitabilitas yang digunakan pada banyak penelitian adalah *Return on Equity* (ROE) dan *Return on Asset* (ROA). ROA memfokuskan kemampuan manajemen

perusahaan dalam menghasilkan pendapatan dari pengelolaan aset perusahaan yang dimiliki.

Rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah *Gross Profit Margin, Net Profit Margin, Return on Assets, Return on Equity, Earning Per Share dan Payout Rate.* Pada penelitian ini untuk mengukur profitabilitas perusahaan digunakan *Return on Assets* (ROA), karena merupakan analisa keuangan yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atas total aset yang dimiliki. ROA sering disebut sebagai rentabilitas ekonomi yang memberikan informasi seberapa efisien suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan usahanya untuk menghasilkan laba.

Rasio ini menunjukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagai investor dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva. Rasio ini mengukur tingkat pengembalian investasi yang telah dilakukan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi ROA semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. ROA yang positif menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba dengan total aset yang digunakan dalam aktivitas operasi, sedangkan ROA yang negatif menunjukkan bahwa perusahaan memperoleh kerugian dengan total aset yang digunakan dalam aktivitas operasi.

Berdasarkan uraian tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas yang tinggi pada perusahaan akan memberikan kontribusi terhadap pengungkapan informasi CSR perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan dijadikan sarana perusahaan untuk melaksanakan pengungkapan tanggung jawab sosial atau CSR yang lebih

baik sebagai media perusahaan untuk dapat terus didukung oleh *stakeholder*nya dan keberlangsungan perusahaan akan bertahan lebih lama.

2.2.4 Jumlah Anggota Direksi

Menurut UU No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas, dewan direksi merupakan komponen penting dari perseroan yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengurusan perseroan untuk kepentingan perseroan, sesuai dengan maksud dan tujuan dari perseroan serta mewakili perseroan, baik di dalam maupun di luar pengadilan yang ditentukan sesuai anggaran dasar. Jumlah anggota direksi mencerminkan mekanisme tata kelola perusahaan karena pengambilan keputusan direksi akan mempertimbangkan pendapat anggota direksi. Dewan direksi adalah bagian dari perseroan yang bertanggung jawab atas pengurusan suatu perusahaan.

Menurut Anissa & Machda (2019) dewan direksi mempunyai tanggung jawab terhadap kegiatan operasional serta kepentingan perusahaan untuk dapat mencapai tujuan perusahaan. Dana yang berasal dari pemegang saham kemudian dikelola agar menghasilkan keuntungan dan dapat dialokasikan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial yang kemudian diungkapkan. Perusahaan yang mempunyai banyak dewan direksi akan meningkatkan kepercayaan para *stakeholders*. Kepercayaan ini timbul karena perusahaan dianggap mampu mengelola dan mempertahankan keberlangsungan usahanya dengan cara dewan direksi lebih memberikan informasi yang tidak hanya dari sisi kinerja keuangan

perusahaan melainkan merencanakan dan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan yang kemudian diungkapkan.

Variabel ini diukur dengan jumlah anggota dewan direksi perusahaan selama periode tertentu. Dewan direksi adalah mekanisme *corporate governance* yang merupakan suatu ukuran yang tidak dapat diukur secara langsung. Jumlah anggota direksi yang semakin besar akan membuat keputusan yang sesuai dengan keinginan prinsipal. Keputusan ini berkaitan dengan tata kelola perusahaan yang sesuai dengan norma yang berlaku. Jumlah anggota direksi yang mencukupi dalam perusahaan akan memberikan kontribusi dalam mengelola manajemen perusahaan untuk meningkatkan sumber daya yang dimiliki dan keuntungan yang diperoleh. Kebijakan dewan direksi yang terlaksana untuk meningkatan sumber daya dan keuntungan yang diperoleh akan dapat membiayai praktik dan pengungkapan CSR

2.3 Kajian Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian mengenai CSR dan variabel-variabel yang mempengaruhinya telah banyak diteliti dan hasilnya beragam, hasil penelitian menunjukan hasil yang berbeda dan menunjukkan adanya kontra antara peneliti satu dengan peneliti lainnya. Suprasto & Haryanti (2019) melakukan penelitian dengan judul pengaruh karakteristik perusahaan pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode pengamatan selama 3 tahun yaitu dari tahun 2015-2017. Hasil penelitiannya menunjukkan umur perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif pada

pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Krisna & Suhardianto (2016) dengan judul faktor-faktor yang mempengaruhi tanggung jawab sosial pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 2010-2012, dengan hasil penelitiannya yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan komite audit memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Variabel profitabilitas, *leverage,* kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris dan ukuran dewan direksi tidak memiliki pengaruh pada pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian yang juga menjadi acuan adalah penelitian yang dilakukan Susilowati, Candrawati & Afandi (2018) dengan judul analisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan direksi terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan studi kasus pada perusahaan makanan dan minuman di Indonesia. Hasil penelitiannya menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan ukuran dewan direksi berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Abubakar et al (2018) melakukan penelitian dengan judul pengaruh *good corporate governance* dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan studi kasus pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI

periode 2015-2016. Hasil penelitiannya menunjukkan rapat umum pemegang saham, ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi, komite audit dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Tabel 2.1.
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Herculanus Bambang Supasto dan Angelia Putri Surya Haryanti	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	2019	Independen: Karakteristik Perusahaan Dependen : Tanggung Jawab Sosial	Hasil Penelitian: Umur Perusahaan (Positif), Ukuran Perusahaan (Positif), Profitabilitas (Tidak Berpengaruh), Dan Ukuran Dewan Komisaris (Tidak Berpengaruh)
2	Almira Ma'rifati Robiah dan Teguh Erawati	Pengaruh *Leverage*, *Size*, Dan Kepemilikan Manajemen Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*	2017	Independen: *Leverage*, *Size*, Dan Kepemilikan Manajemen Dependen: *Corporate Social Responsibility Disclosure*	Hasil Penelitian: *Leverage* (Tidak Berpengaruh), *Size* (Positif), Dan Kepemilikan Manajemen (Tidak Berpengaruh)
3	Rika Yuliawati dan Sukirman	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*	2015	Independen : Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan *Leverage* Dependen:	Hasil Penelitian : Kepemilikan Asing (Tidak Berpengaruh), Ukuran Perusahaan

No	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
				Corporate Social Responsibility	(Positif), Profitabilitas (Positif), Dan *Leverage* (Negatif)
4	Mirza Nurdin Nugroho dan Agung Yulianto	Pengaruh Profitabilitas Dan Mekanisme *Corporate Governance* Terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan Terdaftar JII 2011-2013	2015	Independen : Profitabilitas Dan Mekanisme *Corporate Governance* Dependen : Pengungkapan CSR	Hasil Penelitian : Profitabilitas (Tidak Berpengaruh), Kepemilikan Institusional (Positif) Kepemilikan Asing (Tidak Berpengaruh), Ukuran Dewan Komisaris (Tidak Berpengaruh), Dewan Komisaris Independen (Tidak Berpengaruh), Ukuran Komite Audit (Tidak Berpengaruh)
5	Putu Ayu Cahya Dewi dan Ida Bagus Panji Sedana	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*	2019	Independen : Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan *Leverage* Dependen : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*	Hasil Penelitian: Profitabilitas (Positis, Tidak Signifikan), Ukuran Perusahaan (Positif), Dan *Leverage* (Negatif)
6	Aurellia Adi Leksono	Pengaruh *Good Corporate*	2018	Independen : *Good Corporate*	Hasil Penelitian: Frekuensi

No	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
	dan Sansaloni Butar Butar	*Governance* Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*		*Governance* Dan Karakteristik Perusahaan Dependen : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*	Ukuran Dewan Komisaris (Tidak Berpengaruh), Ukuran Perusahaan (Tidak Berpengaruh), Profitabilitas (Positif), *Leverage* (Tidak Berpengaruh)
7	Ulfa Dwi Yanti H. Abubakar, Nur Hidayati, dan M. Cholid Mawardi	Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	2018	Independen : *Good Corporate Governance* Dan Profitabilitas Dependen : Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Hasil Penelitian: RUPS (Positif), Dewan Komisaris (Positif), Dewan Direksi (Positif), Komite Audit (Positif), Dan Pofitabilitas (Positif)
8	Karina Ries Jayanti dan Achmad Husaini	Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	2018	Independen : *Good Corporate Governance* Dan Profitabilitas Dependen : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*	Hasil Penelitian: Ukuran Dewan Komisaris (Tidak Berpengaruh), Independensi Dewan Komisaris (Tidak Berpengaruh), Kepemilikan Institusional (Tidak Berpengaruh), Roe(Tidak Berpengaruh), Roa (Tidak

No	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
		Periode 2015-2016)			Berpengaruh)
9	Ivon Nurmas Ruroh dan Sri Wahjuni Latifah	Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan Dan *Risk Minimization* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2015- 2016)	2018	Independen: Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Risk Minimization Dependen: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*	Hasil Penelitian: Profitabilitas (Berpengaruh), Leverage (Berpengaruh), Ukuran Perusahaan (Berpengaruh) Dan Risk Minimization (Berpengaruh)
10	Yunus Pakpahan dan Lasmanita Rajagukguk	Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Media *Exposure* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	2018	Independen: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Media Exposure Dependen: Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Hasil Penelitian: Profitabilitas (Positif), Ukuran Perusahaan (Tidak Berpengaruh), Ukuran Dewan Komisaris (Positif), Dan Media *Exposure* (Positif)
11	Cut Dinda Anissa dan Nera Marinda Machda	Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan	2019	Independen : Kepemilikan Institusional Kepemilikkan Manajerial, Dan Profitabilitas Dependen : Manajemen	Hasil Penelitian: Kepemilikan Institusional (Negatif), Kepemilikan Manjerial (Positif), Profitabilitas

No	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
		Tanggung Jawab Sosial Perusahaan		Laba Moderasi: Ukuran Dewan Direksi	(Positif). Ukuran Dewan Direksi Mampu Memperkuat Pengaruh Kepemilikan Manajerial Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
12	Devi Widya Astuti	Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	2019	Independen: Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dependen: Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Hasil Penelitian: Profitabilitas (Positif), Leverage (Tidak Berpengaruh), Ukuran Perusahaan (Positif)
13	Aditya Dharmawan Krisna dan Novrys Suhardianto	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	2016	Independen: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Institusional, Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Dewan Direksi, Ukuran Komite Audit Dependen: Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Hasil Penelitian: Ukuran Perusahaan (Positif), Profitabilitas (Tidak Berpengaruh), Leverage (Tidak Berpengaruh), Kepemilikan Institusional (Tidak Berpengaruh), Ukuran Dewan Komisaris (Tidak Berpengaruh),

No	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
					Ukuran Dewan Direksi (Tidak Berpengaruh), Ukuran Komite Audit (Positif)
14	Kartika Dewi Sri Susilowati Tresti Candrawati, dan Aang Afandi	Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Dewan Direksi Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Di Indonesia	2018	Independen: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Dewan Direksi Dependen: Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Hasil Penelitian: Ukuran Perusahaan (Positif), Profitabilitas (Positif) Dan Ukuran Dewan Direksi (Berpengaruh Tidak Signifikan)
15	Afni Eliana Saragih dan Yan Christin Br. Sembiring	Pengaruh *Corporate Governance*, Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bei	2019	Independen : *Corporate Governance*, Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Dependen : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*	Hasil Penelitiannya: *Corporate Governance* (Tidak Berpengaruh), Profitabilitas (Tidak Berpengaruh), *Leverage* (Tidak Berpengaruh), Dan Ukuran Perusahaan (Tidak Berpengaruh)

Sumber : Berbagai penelitian yang telah diolah, 2020

2.4 Kerangka Berpikir

2.4.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan berkaitan erat dengan teori agensi dan teori legitimasi. Menurut Scott (2015:358) teori agensi menyatakan bahwa perusahaan yang besar akan memunculkan biaya keagenan yang cukup besar. Biaya keagenan ini dapat dikurangi dengan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Menurut Deegan (2002) teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan berusaha mendapatkan pengakuan publik bahwa usaha yang telah dilakukan perusahaan adalah benar. Semakin besar sumber daya yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar upaya perusahaan untuk memperoleh legitimasi dari seluruh pemangku kepentingan. Legitimasi dapat diperoleh dengan melaksanakan tanggung jawab sosial dan mengungkapnya dalam laporan tahunan. Pelaksanaan tanggung jawab sosial juga dapat dijadikan sebagai media untuk menjaga reputasi perusahaan. Perusahaan besar memiliki *political visibility* yang tinggi sehingga tuntutan untuk lebih transparan ke publik semakin besar.

Penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Robiah & Erawati (2017), Nanda & Rismayani (2019) dan Astuti (2019) yang meneliti pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR perusahaan, hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial yang artinya ukuran perusahaan yang besar akan memberikan kontribusi terhadap pengungkapkan informasi CSR perusahaan.

Corporate social responsibility bukan sekedar kegiatan amal, dimana *corporate social responsibility* mengharuskan suatu perusahaan dalam

pengambilan keputusannya agar dengan sungguh-sungguh memperhitungkan akibat terhadap seluruh pemangku kepentingan *(stakeholder)* perusahaan. *Corporate social responsibility* dapat juga digunakan untuk membentuk suatu atmosfer kerja yang nyaman di antara para staf, terutama apabila mereka dapat dilibatkan dalam kegiatan-kegiatan yang mereka percayai bisa mendatangkan manfaat bagi masyarakat luas, baik itu bentuknya "penyisihan gaji", "penggalangan dana" ataupun kesukarelawanan *(volunteering)* dalam bekerja untuk masyarakat.

Pada penelitian ini ukuran perusahaan *(size)* dinyatakan dengan jumlah total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui bahwa semakin besar jumlah total aset yang dimiliki maka akan semakin besar pula tanggung jawab sosial yang harus diungkapkan. Perusahaan yang besar cenderung memiliki sumber daya atau aset yang besar sehingga dapat mendukung pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin memadai sumber daya atau aset yang dimiliki. Perusahaan besar didukung oleh sumber daya manusia yang memadai yang memahami konsep keberlangsungan hidup perusahaan *(sustainable)* serta tanggung jawab sosial perusahaan, dengan demikian perusahaan mampu untuk melaksanakan kegiatan dan pengungkapan CSR.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Berdasarkan uraian tersebut maka diduga ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

2.4.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Perusahaan tidak hanya memperhatikan aspek ekonominya saja seperti tingkat keuntungan, namun juga perlu memperhatikan aspek sosial dan lingkungan yang berhubungan dengan dampak positif maupun negatif dari aktivitas usahanya. Hal ini berarti aktivitas perusahaan harus mendapatkan dukungan dari para pemangku kepentingan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan mudah memperhatikan aspek sosial dan lingkungan sesuai dengan teori *stakeholder* dan teori legitimasi.

Profitabilitas yang tinggi akan diikuti dengan pengungkapan CSR yang tinggi karena sebagai bagian dari timbal balik atau hasil dari hubungan saling menguntungkan antara perusahaan dan *stakeholder*nya sesuai dengan teori s*takeholder* (Ghozali & Chairi, 2007). Profitabilitas memiliki arti penting dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan bisnis perusahaan dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah entitas tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang atau tidak. Perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka kelangsungan hidup perusahaan tersebut akan semakin terjamin dan keuangan perusahaan akan meningkat.

Menurut Nugroho & Yulianto (2015) menyatakan bahwa perusahaan di Indonesia akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial ketika memperoleh *profit* yang tinggi, sehingga semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba semakin tinggi juga tingkat pengungkapan CSR.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dianggap merefleksikan pendekatan manajemen untuk terlibat dalam lingkungan yang dinamis dan multi dimensial serta kemampuan untuk memenuhi tekanan sosial dan respon terhadap kebutuhan sosial. Keuntungan besar yang dihasilkan oleh suatu perusahaan menandakan bahwa perusahaan tersebut telah berhasil mencapai tujuan yang menjadi sasarannya, salah satu cara untuk menilai efektivitas perusahaan adalah dengan melihat hasil akhir dari berbagai kebijakan dan keputusan yang dilaksanakan oleh perusahaan selama periode berjalan.

Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* Ghozali & Chairi (2007) yang menyatakan bahwa perusahaan berada pada lingkungan eksternal yang selalu berubah secara dinamis. Kondisi ini mendorong perusahaan selalu berusaha agar operasi bisnisnya dapat diterima masyarakat dengan cara menyesuaikan dengan norma dan nilai-nilai yang ada pada masyarakat. Profitabilitas perusahaan yang dialokasikan untuk kepentingan *stakeholder* akan berpengaruh pada terjaminnya keberlangsungan perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin rinci pula informasi yang diberikan oleh manajer sebab pihak manajemen ingin meyakinkan investor tentang profitabilitas perusahaan.

Penjelasan tersebut sesuai dengan penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pakpahan & Rajagukguk (2018), Ruroh & Latifah (2018) dan Susilowati et al (2018) yang meneliti pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR perusahaan, hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial yang

artinya profitabilitas perusahaan yang tinggi akan memberikan kontribusi terhadap pengungkapkan informasi CSR perusahaan.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa profitabilitas yang tinggi menandakan bahwa perusahaan diterima oleh komunitasnya, profitabilitas yang tinggi akan dijadikan sarana perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial atau CSR yang lebih baik sebagai media perusahaan untuk dapat terus didukung oleh komunitasnya sehingga operasi perusahaan dapat terus didukung dan keberlangsungan perusahaan akan lebih lama. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosial. Berdasarkan uraian tersebut diduga profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

2.4.3 Hubungan Jumlah Anggota Direksi Pada Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Menurut UU No. 40 Tahun 2007 dewan direksi adalah bagian dari perseroan yang bertanggung jawab atas pengurusan suatu perusahaan. Jumlah anggota direksi yang besar pada suatu perusahaan akan memutuskan kebijakan yang tepat untuk meningkatkan sumber daya yang dimiliki dan keuntungan yang diperoleh untuk membiayai praktik dan pengungkapan CSR. Dewan direksi merupakan mekanisme dari *Good Corporate Governance* (GCG) yang berperan

untuk meyakinkan bahwa perusahaan telah memenuhi keinginan para *stakeholder* dalam melaksanakan CSR dan mengungkapkannya.

Menurut Deegan (2002) teori legitimasi menyatakan bahwa manajemen akan berusaha meraih legitimasi dari para pemangku kepentingan. Dewan direksi sebagai elemen tertinggi dari pihak manajemen bertanggung jawab atas perolehan legitimasi dari seluruh pemangku kepentingan. Dewan direksi bertugas sebagai pengambil keputusan perusahaan. Dewan direksi mencerminkan mekanisme tata kelola perusahaan karena pengambilan keputusan direksi akan mempertimbangkan pendapat anggota direksi. Menurut Hamdani (2016) menyatakan bahwa jumlah anggota direksi yang semakin besar akan dapat mengelola perusahaan sesuai norma yang berlaku karena dalam mengambil keputusan melibatkan anggota yang banyak.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Leksono & Butar (2018), Pakpahan & Rajagukguk (2018) dan Saragih & Sembiring (2019) yang menyatakan ukuran perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan CSR. Hal ini berarti ukuran perusahaan yang besar tidak termotivasi untuk meningkatkan pengungkapan CSRnya. Perusahaan yang memiliki ukuran yang besar memiliki sumber daya yang cukup untuk melaksanakan dan mengungkapkan CSR, namun tidak demikian yang terjadi. Hal ini diperlukan dewan direksi untuk membuat kebijakan yang tepat dalam melaksanakan dan mengungkapkan CSR.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan dengan skala besar akan memerlukan jumlah anggota direksi yang cukup besar agar dapat memberikan keputusan mengenai pengalokasian sumber

daya yang dimiliki untuk terlaksananya pengungkapan CSR pada perusahaan. Hal ini menunjukkan pentingnya jumlah anggota direksi yang mencukupi, sehingga mereka dapat memberikan keputusan mengenai pelaksanaan pengungkapan CSR sesuai peraturan pemerintah. Dewan direksi akan menentukan berapa jumlah alokasi sumber daya yaitu total aset yang dimiliki yang digunakan untuk pembiayaan pelaksanaan dan pengungkpan CSR.

Teori agensi menyatakan bahwa agen harus bertindak sesuai dengan keinginan prinsipal, dimana agen membuat keputusan yang tepat mengenai pengelolaan perusahaan. Dewan direksi sebagai agen akan membuat kebijakan yang sesuai untuk meningkatkan jumlah aset perusahaan yang akan digunakan untuk praktik dan pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan yang besar (total aset yang dimiliki besar) dengan jumlah anggota direksi yang banyak akan meningkatkan pengungkapan CSRnya.

2.4.4 Hubungan Jumlah Anggota Direksi Pada Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Perusahaan dalam menjalankan usahanya adalah bertujuan untuk mendapatkan laba atau *profit.* Laba yang dihasilkan ini digunakan untuk membiayai aktivitas operasi perusahaan, seperti tanggung jawab sosialnya. Perusahaan memerlukan bantuan pihak tertentu untuk mengawasi jalannya pengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Pihak yang dapat mengawasi jalannya tanggung jawab sosial ini adalah dewan direksi. Dewan direksi adalah bagian dari perseroan yang bertanggung jawab atas pengurusan suatu perusahaan. Dewan

direksi yang mampu mengawasi profitabilitas perusahaan untuk membiayai pengungkapan CSR akan berdampak pada semakin kuatnya legitimasi perusahaan.

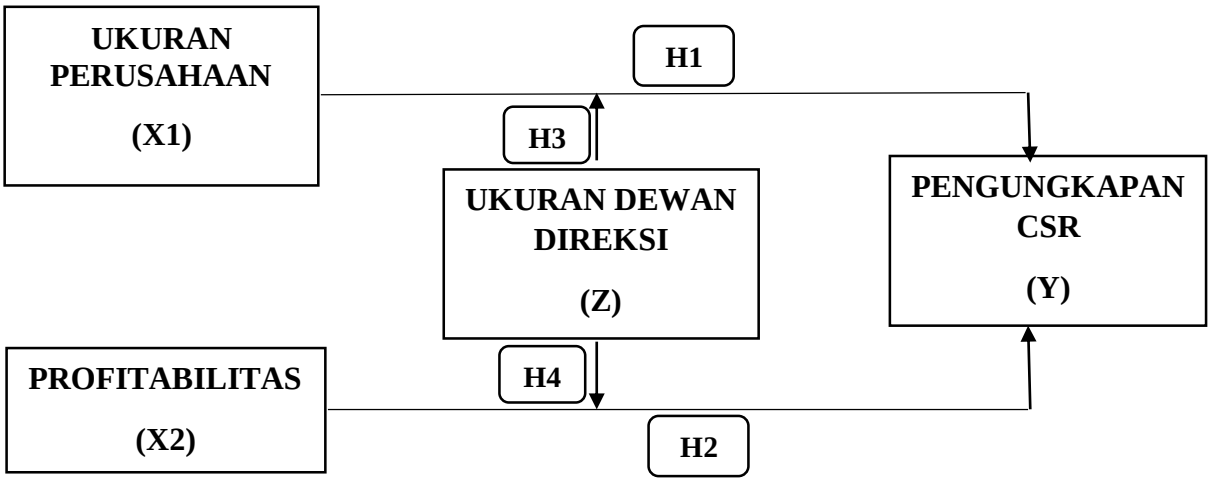
Menurut Deegan (2002) teori legitimasi menyatakan bahwa manajemen akan berusaha meraih legitimasi dari para pemangku kepentingan. Dewan direksi sebagai elemen tertinggi dari pihak manajemen bertanggung jawab atas perolehan legitimasi dari seluruh pemangku kepentingan. Dewan direksi bertugas sebagai pengambil keputusan perusahaan. Dewan direksi mencerminkan mekanisme tata kelola perusahaan karena pengambilan keputusan direksi akan mempertimbangkan pendapat anggota direksi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nugroho & Yulianto (2015), Krisna & Suhardianto (2016) dan Jayanti & Husaini (2018) yang menyatakan profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan CSR. Hal ini berarti perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi tanpa memiliki jumlah dewan direksi yang mencukupi tidak akan meningkatkan pengungkapan CSRnya. Hal ini diperlukan dewan direksi untuk membuat kebijakan alokasi keuntungan atau laba yang akan digunakan untuk membiayai pelaksanaan dan pengungkapan CSR yang tepat.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan dengan laba *(profit)* yang tinggi akan memerlukan jumlah anggota direksi yang cukup besar agar dapat memberikan keputusan mengenai pengalokasian keuntungan yang diperoleh untuk membiayai pengungkapan CSR pada perusahaan. Teori agensi menyatakan bahwa agen harus bertindak sesuai dengan keinginan prinsipal, dimana agen membuat keputusan yang tepat

mengenai pengelolaan perusahaan. Dewan direksi sebagai agen akan membuat kebijakan yang sesuai untuk meningkatkan jumlah keuntungan yang diperoleh yang akan digunakan untuk membiayai praktik dan pengungkapan CSR. Profitabilitas yang tinggi (laba atas total aset yang dimiliki) dengan jumlah anggota direksi yang banyak akan meningkatkan pengungkapan CSRnya.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka dapat disusun kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 2.2 kerangka berpikir

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini, berdasarkan uraian kerangka berfikir diatas adalah sebagai berikut:

1. H1: Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*
2. H2: Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

3. H3: Ukuran dewan direksi mampu memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap *corporate social responsibility*
4. H4: Ukuran dewan direksi mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian beserta pembahasan, maka simpulannya adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2016 sampai dengan 2018.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2016 sampai dengan 2018.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah anggota direksi dapat memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2016 sampai dengan 2018.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah anggota direksi memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2016 sampai dengan 2018.

5.2. Saran

Berdasarkan simpulan dalam penelitian ini, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI perlu mempertahankan ukuran perusahaan berkaitan dengan jumlah aset yang dimiliki dan sumber daya yang

ada melalui kegiatan operasionalnya dengan tetap memperhatikan pengungkapan CSRnya.

2. Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI agar mempertahankan profitabilitas dengan berusaha menghasilkan laba dengan total aset yang digunakan dalam aktivitas operasinya dengan tetap memperhatikan pengungkapan CSRnya.
3. Dewan direksi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI disarankan untuk meningkatkan kinerjanya berkaitan dengan mengelola perusahaan terutama dalam membuat kebijakan praktik pengungkapan CSRnya.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel penelitian selain variabel yang dipakai pada penelitian ini agar mampu lebih luas menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR.

DAFTAR PUSTAKA

Abubakar, U. D. Y. H., Hidayati, N., & Mawardi, M. C. (2018). "Pengaruh Good Corporate Governance Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2015-2016)." *E-JRA*, *07*(05), 1–15. https://doi.org/Malang: Universita Islam Malang

Anissa, C. D., & Machdar, N. M. (2019). "Pengaruh Kepemilikan Institusional , Kepemilikan Manajerial dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan." *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, *6*(1), 9–18. https://doi.org/Jakarta Timur: Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis

Astuti, D. W. (2019). "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial." *Akuntansi Dewantara*, *3*(2), 179–191. https://doi.org/10.26460/AD.V3I2.5287

Carroll, A. B. (2004). "Managing Ethically With Global Stakeholders: A Present and Future Challenge." *Academy of Management Executive*, *18*(2), 114–120.

Deegan, C. (2002). "The Legitimising Effect Of Social And Environmental Disclosure - A Theoretical Foundation." *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, *15*(3), 282–311.

Dewi, P. A. C., & Sedana, I. B. P. (2019). "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility." *E-Jurnal Manajemen*, *8*(11), 6618–6637. https://doi.org/Bali: Universitas Udayana

Ghozali, & Chairi. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Undip.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete* (Edisi 8; P. Harto, ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hamdani. (2016). *Good Corporate Governance: Tinjauan Etika dalam Praktik Bisnis* (Pertama). Jakarta: Mitra Wacana Media.

Indrayenti, & Jenny. (2018). "Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016." *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, *9*(2), 1–13. https://doi.org/Bandar Lampung: Universitas Bandar Lampung

Iswahyudi, M., Maslichah, H., & Afifudin. (2015). *"Pengaruh Mekanisme Corporate Governance Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris Terhadap Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015)."* 236–259.

Jayanti, K. R., & Husaini, A. (2018). "Pengaruh Good Governance Dan

Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responbility (Studi pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2016).” *Jurnal Administrasi Bisnis*, *59*(1), 16–22.

Kastamutuwardhani, D., & Khairunnisa. (2019). “Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR (Studi Kasus pada Perusahaan yang Terdaftar pada Indeks SRI-Kehati Tahun 2013-2017).” *Jurnal Akuntansi, Audit Dan Sistem Informasi Akuntansi*, *3*(2), 269–286.

Krisna, A. D., & Suhardianto, N. (2016). “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, *18*(2), 119–127. https://doi.org/Surabaya: Universitas Airlangga

Leksono, A. A., & Butar, S. B. (2018). “Pengaruh Good Corporate Governance dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.” *Jurnal Akuntansi Bisnis*, *16*(1), 1–18.

Nanda, U. L., & Rismayani, G. (2019). “Pengaruh Gender Diversity, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Ukuran KAP Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.” *JRKA*, *5*(1), 66–74.

Nawaiseh, M. E., Also, S. S., & Zaid, R. A. (2015). “Influence of Firm Size and Profitability on Corporate Social Responsibility Disclosures by Banking Firms (CSRD): Evidence from Jordan.” *Journal of Applied Finance & Banking*, *5*(6), 97–111.

Nugroho, M. N., & Yulianto, A. (2015). “Pengaruh Profitabilitas Dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan Terdaftar Jii 2011-2013.” *Accounting Analysis Journal*, *4*(1), 1–12. https://doi.org/Semarang: Universitas Negeri Semarang

Pakpahan, Y., & Rajagukguk, L. (2018). “Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.” *Jurnal Akuntansi*, *18*(2), 197–218.

Putri, W. R., & Dwirandra, A. A. N. B. (2018). “Pengaruh Profitabilitas Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dengan Good Corporate Governance Dan Leverage Sebagai Variabel Pemoderasi.” *Jurnal Buletin Studi Ekonom*, *23*(1), 46–60. https://doi.org/Bali: Universitas Udayana

Robiah, A. M., & Erawati, T. (2017). “Pengaruh Leverage, Size, Dan Kepemilikan Manajemen Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure.” *Akuntansi Dewantara*, *1*(1), 39–48. https://doi.org/Yogyakarta: Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

Rokhman, M. T. N. (2013). "Pengaruh Size, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ-45 yang Terdaftar Di BEI) ". *Jurnal Ilmiah – Vidya*, *25*(2),

195–203.

Ruroh, I. N., & Latifah, S. W. (2018). “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Risk Minimization Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2015- 2016).” *Jurnal Akademi Akuntansi*, *1*(1), 42–53.

Saputra, S. E. (2016). “Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Size Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia.” *Journal of Economic and Economic Education*, *5*(1), 75–89.

Saragih, A. E., & Sembiring, Y. C. B. (2019). “Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas, Leverage,Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bei.” *JRAK*, *5*(2), 139–164.

Sari, A. N. N., & Triyono. (2017). *“Pengaruh Struktur Corporate Governance, Leverage, Size, Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Laporan Tahunan.”* 601–614.

Sari, I. A., Nurleli, & Lestari, R. (2019). “Pengaruh Kinerja Lingkunggan dan Mekanisme Good Corporate Governance terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Pada Perusahaan Manufaktur SubSektor Makanan dan Minuman di BEI periode 2015-2017).” *Prosiding Akuntansi*, *5*(2), 500–507. https://doi.org/Bandung: Universitas Islam Bandung

Scott, W. R. (2015). *Financial Accounting Theory Seventh Edition*. United States: Canada Cataloging.

Sidauruk, T. D., & Yuliana, A. (2016). “Pengaruh Return On Assets, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Ekonomi*, *1*(3), 20–40.

Sukasih, A., & Sugiyanto, E. (2017). *“Pengaruh Struktur Good Corporate Governance Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social (Studi Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015).” 2*(2), 121–131. https://doi.org/Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta

Suprasto, H. B., & Haryanti, A. P. S. (2019). “Pengaruh Karakteristik Perusahaan pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, *14*(2), 219–229. https://doi.org/Indonesia: Universitas Udayana

Susilowati, K. D. S., Candrawati, T., & Afandi, A. (2018). “Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Dewan Direksi Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Kasus Pada

Perusahaan Makanan Dan Minuman Di Indonesia).” *Jurnal Ilmu Manajemen*, *4*(2), 62–82.

Wahyudin, A. (2015). *Metodologi Penelitian* (Edisi 1). Semarang: Unnes Press.

Wati, L. N. (2018). “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dengan Gri 3.” *Jurnal Ecodemica*, *2*(2), 240–252.

Wiyuda, A., & Pramono, H. (2017). “Pengaruh Good Corporate Governance, Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Terdaftar Di Bei.” *Kompartemen*, *XV*(1), 12–25.

Yuliani. (n.d.). “Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Yang Tergabung Dalam Indeks Kompas 100.” *Jurnal Ilmiah Manajemen*.

Yuliawati, R., & Sukirman. (2015). “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility.” *Accounting Analysis Journal*, *4*(4), 1–9. https://doi.org/Semarang: Universitas Negeri Semarang