



**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN
PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
DENGAN *LEVERAGE* SEBAGAI VARIABEL
MODERATING**

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur : *Basic Industry
And Chemicals* yang terdaftar di BEI periode 2016–2018)**

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan

Pada Universitas Negeri Semarang

Oleh:

**VIONETA AMELIA KRIS SETIANINGRUM
7101416238**

**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 : Sabtu
Tanggal : 13 Juni 2020

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Akuntansi



Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si.
NIP 198201302009121005

Pembimbing,



Dr. Agus Wahyudin, M.Si.
NIP 196208121987021001

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : *Senin*

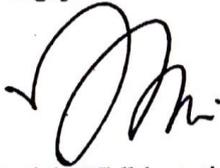
Tanggal : *6 Juli 2020*

Penguji I



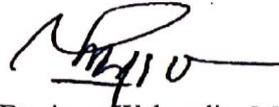
Dr. Kusmuriyanto, M. Si.
NIP 196005241984031001

Penguji II

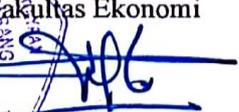


Ratiéh Widhiastuti, S.Pd., M.Si.
NIP 198601082015042001

Penguji III



Dr. Agus Wahyudin, M.Si.
NIP 196208121987021001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Heri Yanto, M.B.A., Ph.D.
NIP. 196307181987021001



PERNYATAAN

Saya yang terdanda tangan di bawah ini :

Nama : Vioneta Amelia Kris Setianingrum
NIM : 7101416238
Alamat : Jl. Wirrasim RT 2/ RW 1. Ketanggung,
Kec. Sampang, Kab. Cilacap

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

Semarang, 06 Juli 2020



Vioneta Amelia Kris Setianingrum
NIM 7101416238

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Dunia ini ibarat bayangan

Kalua kamu berusaha menangkapnya ia akan lari

Tapi kalua kamu membelakanginnya

Ia tak punya pilihan selain mengikutimu”

(Ibnu Qayyim Al Jauziyyah)

Persembahan :

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku Bapak Nadir dan Ibu Setyaningsih dan nenekku Ibu Silah Alm yang selalu memberikan doa, dukungan serta kasih sayang.
2. Kakakku dan kedua Adekku yang aku sayangi.
3. Almamater Universitas Negeri Semarang.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dengan Variabel *Leverage* Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur : *Basic Industry And Chemicals* yang terdaftar di BEI periode 2016–2018)” sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk memperoleh Pendidikan di UNNES.
2. Drs. Heri Yanto, M.B.A., Ph.D., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
3. Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si., Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Dr. Agus Wahyudin, M.Si., Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Dr. Kusmuriyanto, M. Si., Dosen Penguji 1 yang telah memberikan masukan dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ratieh Widhiastuti, S.Pd., M.Si., Dosen Penguji 2 yang telah memberikan masukan yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen serta seluruh staf Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan bekal ilmu selama penulis menempuh Pendidikan di Universitas Negeri Semarang.
8. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Akuntansi 2016 yang telah memberikan warna selama 4 tahun ini.
9. Siti Ulya Ani, Cahyanti, Dinda Monica, Luklu'ul Eka Suntari, Rizkiana Dini Oktavia, dan Sobat Gabutku tempat keluh kesah yang saya sayangi yang sudah menyemangati dan menemani selama di perkuliahan.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan menjadi suatu hal yang sangat berarti dan tak terlupakan. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan informasi dan sumbangan yang berguna bagi dunia Pendidikan.

Semarang, 06 Juli 2020



Penulis

SARI

Setianingrum, Vioneta Amelia Kris. 2020. “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dengan Variabel *Leverage* Sebagai Variabel Moderating”. Skripsi. Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing : Dr. Agus Wahyudin, M.Si.,

Kata Kunci: CSR, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas, dan transparansi korporat kepada investor dan *stakeholder* lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mendeskripsikan pengaruh dari ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* dengan *leverage* sebagai variabel moderating.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur : industry dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018. Sampel diambil dengan metode *purpose sampling* dengan jumlah 30 unit analisis dari 80 perusahaan. Data dikumpulkan dengan metode dokumentasi. Alat analisis ini menggunakan analisis deskriptif, dan *Moderated Regression Analysis* (MRA).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Variabel *Leverage* mampu memoderasi para pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Simpulan dari penelitian ini adalah profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *leverage* mampu untuk memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, namun ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Saran sesuai dengan hasil penelitian ini kepada perusahaan agar lebih memperhatikan profitabilitas dan *leverage* perusahaan karena variabel tersebut yang berpengaruh terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

ABSTRACT

Setianingrum, Vioneta Amelia Kris. 2020. "The Effect of Company Size and Profitability on Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure with Variable Leverage". Thesis. Economic Education. Faculty of Economics. Semarang State University. Supervisor: Dr. Agus Wahyudin, M.Sc.,

Keywords: CSR, Company Size, Profitability, Leverage

Disclosure of Corporate Social Responsibility is to reflect the level of corporate accountability, responsibility, and appreciation for investors and other stakeholders. This study aims to analyze and describe how the influence of company size and profitability on corporate social responsibility by using as a moderating variable.

This research uses quantitative. The population of this research is manufacturing companies: basic and chemical industries which are listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2018. Samples were taken by purposive sampling method with a total of 30 units of analysis from 80 companies. Data collected by registration method. This analysis tool uses descriptive analysis and Moderated Regression Analysis (MRA)..

The results of this study indicate the size of the company that is not related to the broad disclosure of Corporate Social Responsibility, profitability is considered positive and significant to the broad disclosure of Corporate Social Responsibility. The Leverage variable is able to moderate the size of the company and profitability to the broad disclosure of Corporate Social Responsibility.

The conclusions of this study are positive and significant benefits to the extent of corporate social responsibility and the influence exerted to moderate company size on the extent of corporate social responsibility disclosure, but company size does not oppose the extent of corporate social responsibility disclosure. Suggestions are in accordance with the results of this study for companies to pay more attention to profitability and corporate leverage because this variable concerns the extent of disclosure of Corporate Social Responsibility.

DAFTAR ISI

	Hal
COVER	i
PERSETUJUAN PEMBINGBING	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA	vi
SARI	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	14
1.3 Cakupan Masalah	15
1.4 Rumusan Masalah	15
1.5 Tujuan Penelitian	16
1.6 Manfaat Penelitian	16
1.7 Orisinalitas Penelitian	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	19
2.1 Kajian Teori (Grand Theory)	19
2.1.1 Teori <i>Stakeholder</i>	19
2.1.2 Teori Sinyal (<i>Signalling Teory</i>)	21
2.2 Kajian Variabel Penelitian	24
2.2.1 Corporate Sosial Responsibility (CSR)	24
2.2.1.1 Definisi Corporate Sosial Responsibility (CSR)	24
2.2.1.2 Indikator Corporate Sosial Responsibility (CSR)	26
2.2.2 Ukuran Perusahaan(<i>Size</i>)	30

2.2.2.1	Definisi Ukurasn Perusahaan (<i>Size</i>)	30
2.2.2.2	Indikator Ukuran Perusahaan (<i>Size</i>)	31
2.2.3	Profitabilitas (<i>Profitability</i>)	32
2.2.3.1	Definisi Profitabilitas (<i>Profitability</i>)	32
2.2.3.2	Indikator Profitabilitas (<i>Profitability</i>).....	33
2.2.4	Leverage	36
2.2.4.1	Definisi Leverage	36
2.2.4.2	Indikator Leverage.....	37
2.3	Kajian Penelitian Terdahulu	38
2.4	Kerangka Berpikir	49
2.4.1	Pengaruh Ukuran Perusahaan Dengan Corporate Sosial Responsibility	49
2.4.2	Pengaruh Profitabilitas Dengan Corporate Sosial Responsibility	51
2.4.3	Pengaruh Ukuran Perusahaan Dengan Corporate Sosial Responsibility Dengan Variabel Leverage Sebagai Moderasi	53
2.4.4	Pengaruh Profitabilitas Dengan Corporate Sosial Responsibility Dengan Variabel Leverage Sebagai Moderasi	55
2.5	Hipotesis Penelitian	57
BAB III	METODE PENELITIAN	59
3.1	Jenis Dan Desain Pemikiran	59
3.2	Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	59
3.2.1	Populasi Penelitian	59
3.2.2	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel Penelitian	60
3.3	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional.....	61
3.3.1	Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility (CSR)	61
3.3.2	Ukuran Perusahaan (<i>Size</i>)	62
3.3.3	Profitabilitas	63
3.3.4	Leverage	63
3.4	Teknik Pengambilan Data Penelitian.....	63
3.5	Teknik Analisis Data	64
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif	64

3.5.2.1	Deskriptif Objek Penelitian	64
3.5.2.1	Deskriptif Variabel Penelitian	65
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	68
3.5.2.1	Uji Normalitas	68
3.5.2.1	Uji Multikolonieritas	69
3.5.2.1	Uji Autokorelasi	70
3.5.2.1	Uji Heterokedasitas	70
3.5.3	Moderated Regression Analysis (MRA)	71
3.5.4	Uji Hipotesis	72
3.5.4.1	Uji Parsial (Uji t)	72
3.5.4.2	Uji Pengaruh Moderasi	73
3.5.5	Koefisien Determinasi (R^2 dan r^2)	73
3.5.2.3	Koefisien Determinasi R^2	74
3.5.2.3	Koefisien Determinasi r^2	74
BAB IV	PEMBAHASAN.....	75
4.1	Hasil Penelitian	75
4.1.1	Hasil Penelitian Deskriptif	75
4.1.1.1	Deskripsi Objek Penelitian	75
4.1.1.2	Deskriptif Variabel Penelitian	75
4.1.2	Hasil Penelitian Deskriptif	80
4.1.2.1	Hasil Uji Normalitas	80
4.1.2.2	Hasil Uji Multikolinearitas	82
4.1.2.3	Hasil Uji Autokorelasi	83
4.1.2.4	Hasil Uji Heteroskidesitas	84
4.1.3	Hasil Analisis <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)	85
4.1.4	Hasil Uji Hipotesis Penelitian	88
4.1.4.1	Uji Parsial (Uji t)	88
4.1.4.2	Uji Pengaruh Moderasi	89
4.1.5	Koefisien Determinasi (R^2 dan r^2)	91
4.1.5.1	Koefisien Determinasi R^2	91
4.1.5.2	Koefisien Determinasi r^2	92

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	93
4.2.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	93
4.2.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	95
4.2.3 Leverage Memoderasi Secara Negatif Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	97
4.2.4 Leverage Memoderasi Secara Positif Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	98
BAB V PENUTUP	100
5.1 Simpulan	100
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengungkapan CSR Perusahaan periode tahun 2013-2018.....	4
Tabel 2.1 Standar Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	28
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	45
Tabel 3.1 Kriteria Pengambilan Sampel	61
Tabel 3.2 Jenjang Kategori Variabel Pengungkapan CSR	66
Tabel 3.3 Jenjang Kategori Variabel Ukuran Perusahaan	66
Tabel 3.4 Jenjang Kategori Variabel Profitabilitas	67
Tabel 3.5 Jenjang Kategori Variabel <i>Leverage</i>	68
Tabel 4.1 Hasil Statistik Deskriptif.....	76
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Pengungkapan CSR	77
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Ukuran Perusahaan	78
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Profitabilitas.....	79
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Leverage	80
Tabel 4.6 Hasil Uji Kolmogorof Smirnov.....	82
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolonieritas	83
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi	84
Tabel 4.9 Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA).....	86
Tabel 4.10 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	88
Tabel 4.11 Hasil Uji Pengaruh Moderasi	90
Tabel 4.12 Hasil Uji Pengaruh Langsung Dan Uji Pengaruh Hipotesis	91
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	91
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi (r^2).....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	57
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan Bentuk Histogram	81
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas menggunakan grafik P-P Plot	81
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Sampel Perusahaan	75
Lampiran 2. 91 Indikator Pengungkapan CSR berdasarkan GRI G4	76
Lampiran 3. Daftar Pengolahan Data Ukuran Perusahaan	125
Lampiran 4. Daftar Pengolahan Data Profitabilitas	126
Lampiran 5. Daftar Pengolahan Data <i>Leverage</i>	127
Lampiran 6. Daftar Pengolahan Data CSR	128
Lampiran 7. Hasil Output SPSS	129

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tanggungjawab sosial perusahaan atau *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) merupakan gagasan yang merubah paradigma perusahaan tidak lagi hanya berefleksi dalam kondisi keuangannya saja dalam istilahnya yaitu *single bottom line*. Namun, sudah memperhatikan masalah sosial dan lingkungan perusahaannya (Daniri,2008). Alasan perusahaan tidak hanya mementingkan diri sendiri saja yang terkesan mengasingkan diri dari lingkungan masyarakat adalah guna mendapatkan keuntungan yang berkelanjutan.

Perubahan pemikiran yang mencakup keuangan, sosial dan lingkungan dalam perusahaan untuk perubahan dan keuntungan berkelanjutan tersebut sering disebut dengan istilah “*triple bottom line*” atau TBL. *Triple Bottom Line* menggambarkan peningkatan nilai perusahaan, termasuk Profitabilitas dan nilai pemegang saham, sosial, manusia dan lingkungan. Perusahaan yang akan berkembang perlu memikirkan tentang perkembangan paradigma ini dan mulai memberi fokus tersendiri terhadap masalah tersebut.

Triple Bottom Line dengan konsep pembangunan *Profit, People, dan Planet* mengartikan bahwa perusahaan memiliki tanggungjawab terhadap sosial dan Planet atau lingkungan, jadi dengan terpenuhi syarat tanggungjawab terhadap sosial dan lingkungan akan membuat tercapainya pembangunan yang berkelanjutan (Zanny &

Kartawijaya, 2016). TBL ini akan menuntut para perusahaan untuk tidak hanya memikirkan tentang *profit* perusahaan saja. Permasalahan tentang pelestarian sumber daya alam dan menjamin keberlanjutan hidup sumber daya manusia menjadi penting untuk mempertahankan suatu perusahaan.

Isu tentang CSR semakin sering dibahas dalam beberapa dekade terakhir dan pengungkapan CSR tumbuh secara luas dalam bisnis Indonesia bahkan di banyak negara lain Aniela (2012) menyatakan terkait semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia maupun dunia, menyangkut penggundulan hutan, polusi air dan udara, hingga perubahan iklim. CSR sendiri timbul karena adanya dampak negatif dari berdirinya suatu perusahaan di wilayah itu. Tidak dipungkiri juga berdirinya suatu perusahaan maka akan menumbuhkan lapangan pekerjaan yang tinggi di wilayah itu, terutama pemberdayaan masyarakat sekitar perusahaan. Perusahaan akan berkembang dan berdampingan dengan masyarakat dengan baik apabila ada timbal balik dari perusahaan kepada masyarakat, dengan diadakannya kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk masyarakat. Respon positif diperlukan guna menjaga kelestarian perusahaan dan meningkatkan ekstitensinya di kalangan pesaingnya. Demi menjaga *image* perusahaan, maka perlu adanya transparansi CSR perusahaan dengan pelaporan laporan tahunan perusahaan.

Selain mengharapkan respon positif masyarakat guna menaikkan ekstitensi perusahaan, alasan perusahaan perlu melakukan pengungkapan CSR adalah untuk menaati peraturan yang telah berjalan dari pemerintah yaitu Undang-Undang Nomor. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Undang-undang tersebut telah mengatur tanggungjawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat

(1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kebutuhan dan kewajaran. Peraturan lain yang bersinggungan dengan hal ini yaitu peraturan Undang-Undang Nomor. 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal yang dinyatakan bahwa setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggungjawab sosial perusahaan (Purnasiwi, 2011). Aturan tentang pengungkapan CSR juga di dukung dengan adanya Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 Revisi 2009 yang menyarankan kepada perusahaan untuk menyajikan laporan mengenai lingkungan hidup khususnya untuk industri yang banyak berhubungan dengan lingkungan dan menganggap karyawan sebagai salah satu kepentingan dalam perusahaan.

Daniri (2008) menyatakan bahwa pelaksanaan CSR di Indonesia tergantung pada orientasi masing-masing pemimpin perusahaannya. Apabila pemimpin perusahaan memiliki kesadaran moral yang tinggi maka kebijakan CSR ini akan berjalan dengan sebaik-baiknya. Sebaliknya, jika pemimpin perusahaan hanya berorientasi pada profit, keberlangsungan CSR akan hanya sebagai pelengkap. Pemahaman perusahaan terhadap konsep CSR pula masih beragam, hal ini dipengaruhi oleh minimnya literatur yang ada. Sampai saat ini pemahaman tentang konsep CSR masih belum merata. Hal itu juga yang mendasari pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan masih rendah.

Setelah adanya *Triple Bottom Line* ini presentase perusahaan yang melaporkan pada inisiatif CSR diluar negeri 2008-2011 meningkat dari 74% menjadi 83% di Amerika Serikat, dari 62% menjadi 79% di Kanada, dan dari 91%

menjadi 100% di Inggris. Berdasarkan *survey* tersebut dapat dilihat presentase peningkatan perusahaan yang melaporkan pada inisiatif CSR di wilayah Amerika dan Inggris mengalami peningkatan 9%, sedangkan di wilayah Kanada mengalami peningkatan 17% selama 4 tahun (Adawiyah, 2013). Dalam perbandingannya dengan di Indonesia dinyatakan dalam tabel 1.2 berikut:

Tabel 1.1 Data Pengungkapan CSR Perusahaan periode tahun 2013-2018

No	Peneliti	Objek	Standard Pengungkapan CSR	Hasil Pengungkapan CSR
1.	Indah Dewi Utami (2013)	Perusahaan <i>Property</i> dan <i>Real Estate</i> di BEI 2006-2008.	GRI 63 item	Rata-rata indeks pengungkapan CSR sebesar 18,12 % pada 121 dari 126 perusahaan.
2.	Suskim Riantani dan Hafidz N (2015)	Perusahaan Tembakau Tahun 2007-2011.	GRI 79 item	Rata-rata indeks pengungkapan CSR sebesar 40,20% pada 3 perusahaan tembakau.
3.	Gusti Ayu Dyah I dan Ida Bagus PA (2015)	Perusahaan Makanan dan Minuman di BEI 2010-2012	GRI 79 item	Rata-rata indeks pengungkapan CSR sebesar 60,97% pada 33 perusahaan.
4.	Puji Rahayu (2015)	Perusahaan <i>Property</i> dan <i>Real Estate</i> di BEI 2012-2014.	GRI 78 item	Rata-rata indeks pengungkapan CSR sebesar 26% pada 78 perusahaan dari 138 perusahaan.
5.	Rina Fatkhiyatur Rifqiyah (2016)	Perusahaan Manufaktur di BEI 2012-2014.	GRI 79 item	Rata-rata indeks pengungkapan CSR sebesar 63,66% pada 102 dari 162 perusahaan.
6.	Awuy dkk. (2016)	Perusahaan Pertambangan di BEI 2010-2013.	GRI 79 item	Rata-rata indeks pengungkapan CSR sebesar 60,52% pada 123 sampel perusahaan.
7.	Ananda Khairiah (2018)	Perusahaan <i>Property</i> dan <i>Real Estate</i> di BEI 2010-2016	GRI 79 item	Rata-rata indeks pengungkapan CSR sebesar 44% pada 105 dari 301 perusahaan.
8.	Leny Oktaviana wati (2018)	Perusahaan Pertambangan di BEI Tahun 2013-2016	GRI 91 item	Rata-rata indeks pengungkapan CSR sebesar 24,32% pada 128 perusahaan.
9.	Alivia F (2018)	Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2016.	GRI 91 item	Rata-rata indeks pengungkapan CSR sebesar 18,34% pada 112 perusahaan.
10	Sevi Mega A (2017)	Perusahaan yang terdaftar di BEI Tahun 2014 dan 2015.	GRI 91 item	Rata-rata indeks pengungkapan CSR sebesar 33,09% pada 43 perusahaan.

Sumber : (Nofitrianti, 2018)

Berdasarkan data pada tabel 1.2 dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan di Indonesia masih mengalami kemunduran dan tertinggal dengan negara lain. Ketidaktaatan ini selain dipengaruhi oleh faktor yang dijelaskan sebelumnya juga dipengaruhi oleh kurang ketatnya peraturan yang berlaku sehingga menimbulkan kesan tidak wajib dalam pengungkapan, aturan yang ada kurang jelas akan proses dan apa saja yang perlu diungkapkan. Selain itu menurut Aniela (2012) juga mengungkapkan bahwa tingkat pengungkapan CSR di Indonesia relative rendah. Hal-hal yang diungkap pada pelaporan CSR juga sangat beragam yang menyulitkan pembaca laporan tahunan dalam mengevaluasinya.

Pelaporan CSR pada umumnya berisi informasi yang sifatnya positif mengenai perusahaan. Laporan tersebut dijadikan sebagai alat *public relation* perusahaan, bukan menjadi bentuk akuntabilitas perusahaan ke public. Selain itu Syafrani (2007) menyatakan bahwa peraturan CSR dalam pasal 74 UU no 40 Tahun 2007) menimbulkan kontroversi. Sehingga pembahasan tentang pengungkapan ini masih perlu dikaji lagi. Walaupun sudah banyak peneliti yang mengambil pokok pembahasan ini dan mencari tau tentang faktor yang mempengaruhinya, sampai sekarang masih belum berjalan dengan maksimal.

Pengungkapan CSR dan praktik di kenyataannya sekarang ini juga sudah banyak para peneliti yang mengkaji dan mendiskusikan baik di dalam negara Indonesia atau di luar negeri. Hal ini menjadi bahan yang penting untuk dikaji mengingat penerapan aturan di Indonesia sendiri belum mencapai hasil yang maksimal dalam penertiban pelaksanaan pengungkapan dan praktik CSR di perusahaan. Beberapa peneliti yang mengkaji tentang CSR diantaranya penelitian

oleh Nugroho & Yulianto (2015), Janra (2015), Pradnyani & Sisdyani (2015), Putri & Christiawan (2014), Yuliawati et al. (2015), Putra Reki et al., (2016), Sayidah (2017), Rizki et al., (2019) Nilasari (2012), Sari et al., (2013), Lawer (2007), Susanti dan Riharjo (2013), Irjayanti (2014), dan Purnasiwi (2018) yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR antara lain kepemilikan saham, kepemilikan manajemen, kepemilikan asing, kepemilikan manajerial, dewan komisaris, ukuran perusahaan dan profitabilitas.

Indraswari (2015) menghasilkan temuan bahwa profitabilitas dan *size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Variabel Kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian Fitriana (2019) menunjukkan hasil yang hampir sama. Variabel independent yang diteliti adalah kepemilikan institusional profitabilitas, dan *size*. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel kepemilikan institusional, profitabilitas dan *size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Nilasari (2012) dalam penelitiannya menunjukkan sedikit hasil yang berbeda. Dalam penelitiannya profitabilitas dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, variabel kepemilikan asing dan *size* terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Anggraini (2016) yang menemukan hasil profitabilitas dan *size* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan informasi CSR. Variabel prosentase kepemilikan manajemen dan tipe industri terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. dan penelitian oleh Sari (2013) dengan hasil penelitian *size* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan variabel kepemilikan

institutional, komposisi dewan komisaris dan kinerja perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil ini selaras dengan penelitian Farook dan Lanis (2005) yang menemukan bahwa *size* tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Ukuran perusahaan merupakan gambaran total asset yang dimiliki oleh perusahaan (Pratama & Wiksuana, 2016). Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka tekanan yang diterima oleh perusahaan terhadap tanggungjawab sosial perusahaan akan semakin luas dari *stakeholder*. Perusahaan akan melakukan pengungkapan CSR lebih luas guna menjaga pengaruh terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi luas pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total asset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menandakan perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan atau pertumbuhan yang baik sehingga akan mengupayakan kepercayaan para *stakeholder* dengan melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas lagi. Luas pengungkapan yang mengalami peningkatan dapat dilihat dari laporan tahunan perusahaan dengan indikator GRI 91.

Semakin besar perusahaan maka akan semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan (Putri & Christiawan, 2014). Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Effendi & Hapsari (2015), Indraswari (2015) dan Purwanto (2011) dalam penelitiannya yang mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR perusahaan. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Sari (2013) menemukan hasil temuan yang

menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam periode tertentu. Gotama (2015) dalam (Susilo, 2016) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan kepada *stakeholder*. Manajemen pada perusahaan dengan profitabilitasnya tinggi maka akan memiliki pengetahuan dan cukup mengerti dan peduli terhadap sosial dan lingkungan akan melakukan pengungkapan CSR lebih besar lagi. Hal itu bisa dilakukan karena perusahaan dengan profitabilitas yang besar memiliki cadangan dana untuk melakukan pengungkapan CSR akan lebih besar, karena biaya untuk pelaksanaan pengungkapan CSR sudah tersedia.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rizki et al (2019) dan Lawer (2007) mengemukakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Didukung dengan penelitian Arlindania (2011) dan Novrianto (2012) yang menemukan hasil serupa, hal itu dikarenakan perusahaan mempunyai profitabilitas yang tinggi maka akan mengungkapkan informasi CSR yang sebelumnya telah dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi maka perlu melakukan pengungkapan CSR yang lebih tinggi hal itu dilakukan guna menyeimbangkan konflik antar *stakeholder*. Pengungkapan CSR ini digunakan sebagai bahan evaluasi oleh *stakeholder* dalam menilai sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan perannya sesuai keinginan *stakeholder*, sehingga menuntut

adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan tersebut (Putri, 2014).

Menurut penulis luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada laporan tahunan suatu perusahaan sangat mudah dipengaruhi oleh keadaan perusahaan. Walaupun beberapa aturan sudah banyak mengatur tentang luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tapi dengan tidak kuatnya aturan yang mengikat terbukti banyak perusahaan yang tidak sepenuhnya menjalankan aturan tersebut. Pada penelitian sebelumnya telah mencoba mencari tahu tentang beberapa faktor-faktor yang berhubungan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dirasa mempengaruhi luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Faktor-faktor tersebut telah dibuktikan oleh beberapa peneliti terbukti mampu berpengaruh positif dan signifikan lemah sampai kuat terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Namun beberapa peneliti juga menemukan hasil penelitian yang membuktikan bahwa faktor-faktor tersebut tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan.

Beberapa hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terjadi inkonsisten penelitian yang satu dengan yang lain. Hasil tersebut memunculkan dugaan bahwa adanya pengaruh tidak langsung antara variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Variabel tersebut bisa berupa variabel moderating. Variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan antar variabel dependen dan variabel independen. Variabel moderator merupakan tipe variabel yang mempunyai pengaruh terhadap arah atau sifat hubungan antar

variabel. Arah hubungan itu dapat berupa hubungan negatif atau hubungan positif tergantung variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut. Dari hasil tersebut maka perlu diteliti apakah ada variabel lain yang memoderasi pengaruh antar variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.

Peneliti ingin meneliti bagaimana pengaruhnya Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas apabila menggunakan variabel moderasi. Apakah variabel moderasi ini akan menguatkan variabel Ukuran Perusahaan dan variabel Profitabilitas, atau sebaliknya variabel moderasi ini akan memperlemah pengaruh yang dihasilkan oleh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Variabel moderasi adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel independent dengan variabel dependennya (Sugiyono:2017). Variabel moderasi adalah variabel yang digunakan untuk mengamati apakah dengan menambahkan variabel tersebut akan memperlemah atau malah memperkuat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen dengan berdasarkan teori yang berlaku. Dalam penelitian ini diharapkan variabel moderasi ini dapat memperkuat pengaruh variabel Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Namun tidak memungkiri jika variabel yang akan dipilih peneliti ini bisa memperlemah pengaruh ukuran perusahaan dan Profitabilitas terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Tujuan penulis dengan menambahkan variabel moderating dalam penelitian ini adalah untuk mengukur

kekuatan hubungan antara variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan variabel Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas perusahaan. Namun dalam hasilnya bisa saja berpengaruh atau tidak. Untuk itu dalam penelitian ini peneliti akan menambahkan variabel moderasi. Variabel moderating yang dipilih oleh peneliti adalah variabel *Leverage*. Variabel *Leverage* ini dipilih karena memenuhi kriteria variabel moderating yaitu dari penelitian terdahulu menemukan bahwa variabel ini lebih banyak tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Leverage atau rasio hutang suatu perusahaan adalah gambaran kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjangnya dan kewajiban-kewajiban apabila perusahaan diakuisi (Sofyan, 2008). Rasio ini adalah keputusan perusahaan dalam memilih sumber pendanaannya dari pembiayaan hutang dibandingkan modal sendiri. Semakin tinggi tingkat *levegarenya* artinya perusahaan sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya.

Semakin rendah tingkat *Leveragenya* maka perusahaan tersebut pendanaannya berasal dari modal sendiri dalam membiayai asetnya. Semakin besar *Leverage* dengan ukuran perusahaan yang besar akan meningkatkan luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada laporan tahunannya. Sedangkan semakin besar *Leverage* dengan tingkat Profitabilitas yang tinggi akan menambah luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Penulis berasumsi bahwa variabel moderasi *Leverage* ini pada hubungan antara Ukuran Perusahaan dengan luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sama halnya dengan dengan variabel Profitabilitas. Saat Ukuran Perusahaan tinggi maka kebutuhan pendanaannya lebih besar, dengan

tingkat *Leverage* tinggi ini memungkinkan perusahaan bisa meningkatkan Ukuran Perusahaan. Namun, pada saat ini manajer akan lebih meningkatkan kinerja CSR yang kemudian akan melakukan pengungkapan CSR lebih luas. Dengan itu perusahaan akan selalu mengingat kewajibannya dalam melakukan kegiatan sosialnya. Sehingga luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* akan bertambah. Hal ini selaras dengan hasil penelitian Yuliawati.& Sukirman, (2015) yang menyatakan bahwa *Lverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Hal ini berhubungan dengan teori sinyal yang mana disebutkan bahwa segala informasi yang diungkapkan oleh perusahaan akan mempengaruhi atau membentuk opini publik terhadap perusahaan. Opini tersebut sangat berpengaruh terhadap berlangsungnya hubungan antara investor dan perusahaan. Dengan melakukan pelaporan tahunan perusahaan, maka keadaan keuangan perusahaan akan mudah untuk dilihat oleh *stakeholder*, dengan keadaan perusahaan dengan Ukuran Perusahaan yang tinggi dengan tingkat *Lverage* tinggi maka perusahaan akan terlihat sangat kuat karena memiliki banyak aset untuk asset perusahaanya dan dengan keadaan seperti itu manajer akan meningkatkan kinerja *Social Responsibility (CSR)* dan kemudian melakukan pengungkapan lebih besar. Hal itu akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan dan akan menanamkan sahamnya di perusahaan tersebut. Dengan keadaan seperti itu maka luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dilakukan oleh perusahaan akan sejalan dengan tingkat *Leveragenya*.

Begitu pula dengan *Leverage* yang tinggi pada perusahaan yang besar dengan tingkat Profitabilitas yang tinggi akan memperkuat pengungkapan tanggungjawab oleh perusahaan. Hal ini dikarenakan, jika suatu perusahaan memiliki Profitabilitas yang tinggi maka perusahaan tersebut memiliki laba yang tinggi, dengan tingkat *Leverage* yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan pendanaan yang lebih banyak sebagai modal awal perusahaan hal itu memungkinkan perusahaan memiliki laba yang lebih banyak pula sehingga perusahaan akan mampu membayar kewajiban perusahaan sekaligus melakukan pembiayaan untuk melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Pelaporan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini digunakan agar investor tetap percaya pada perusahaan dan menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut. Hal ini berhubungan dengan teori sinyal yang mengatakan dengan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan mengurangi asimetri yang terjadi antar investor.

Hal tersebut berhubungan dengan teori *stakeholder*. Teori ini menyebutkan bahwa segala informasi yang diungkapkan oleh perusahaan perlu adanya pertanggungjawaban dengan *stakeholder* yang terlibat dalam perusahaan agar tidak ada timbulnya konflik.. Oleh karena itu perusahaan akan melakukan pengungkapan laporan tahunan yang nantinya akan dikonsumsi oleh investor. Sehingga investor akan merasa percaya pada perusahaan tersebut maka investor akan tetap menaruh sahamnya pada perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang, adapun masalah yang akan peneliti bawaan ialah bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap

pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan *Leverage* perusahaan menjadi variabel moderator. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan *Leverage* perusahaan menjadi variabel moderator. Penelitian ini mengusung judul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dengan *Leverage* Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur *Basic Industry And Chemicals* Yang Terdaftar Di BEI Periode 2016–2018)”**. Harapannya dengan penelitian ini akan menambah wawasan bagi manajemen dalam pengelolaan perusahaan. Dilain sisi juga sebagai perhatian *stakeholder* agar bisa dijadikan acuan dalam penilaian perusahaan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan penemuan terdahulu didapat pengungkapan CSR oleh perusahaan di Indonesia masih sangat kurang, aturan yang ada belum maksimal dalam kewajiban pengungkapan CSR oleh perusahaan.
- 2) Terdapat inkonsistensi pada penelitian terdahulu pada variabel Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap CSR.
- 3) Berdasarkan telaah riset terdahulu, teridentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu Kepemilikan Asing, Kepemilikan

Manejerial, Komposisi Dewan Komisariat, Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas.

1.3 Cakupan Masalah

Agar penelitian ini fokus tidak terlalu luas bagiannya, maka cakupan penelitian ini hanya meliputi :

- 1) Penelitian ini pada laporan tahunan perusahaan pada perusahaan manufaktur *Basic Industry And Chemicals* yang terdaftar di BEI periode 2016-2018 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan diakses melalui www.idx.co.id.
- 2) Variabel independent yang akan diteliti didalam penelitian ini adalah Ukuran Perusahaan (X1) dan Profitabilitas (X2), *Laverage* (M), dan *Corporate Social Responsibility* (Y).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini diantaranya adalah:

- 1) Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
- 2) Apakah Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
- 3) Apakah *Laverage* secara signifikan dapat memoderasi secara negatif pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
- 4) Apakah *Laverage* secara signifikan dapat memoderasi secara positif pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini berdasarkan uraian rumusan masalah diatas yaitu sebagai berikut:

- 1) Untuk menganalisis dan mendeskripsikan apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- 2) Untuk menganalisis dan mendeskripsikan apakah Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- 3) Untuk menganalisis dan mendeskripsikan apakah *Leverage* secara signifikan dapat memoderasi secara negatif pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- 4) Untuk menganalisis dan mendeskripsikan apakah *Leverage* secara signifikan dapat memoderasi secara positif pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, baik manfaat secara teoritis maupun manfaat secara praktis.

- 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, terutama dalam bidang ilmu akuntansi. Sehingga mampu memberikan manfaat sebagai alat pembuktian terhadap teori yang sudah ada mengenai tanggungjawab perusahaan. Penelitian ini tidak hanya sekedar memberikan pembuktian terhadap teori yang ada akan tetapi juga

mengembangkannya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Leverage* sebagai variabel moderating untuk mengetahui pengaruhnya terhadap teori tanggungjawab perusahaan yang sudah ada.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan bacaan guna menambah pemahaman bagi pembaca mengenai faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab perusahaan pada perusahaan manufaktur terkhusus sub bagian industri dasar dan kimia.

Selain itu penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan yang disajikan tiap tahunnya.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan tahunan sehingga dijadikan sebagai acuan untuk pembuatan keputusan investasi. Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran–ukuran moneter.

1.7 Orisinalitas Penelitian

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Sayidah (2017) yang meneliti tentang “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”. Didalam penelitian Sayidah variabel yang digunakan yaitu Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Umur

perusahaan. Penelitian tersebut menghasilkan pernyataan berupa adanya pengaruh dari keempat variabel tersebut dalam pengungkapan tanggungjawab perusahaan.

Ada beberapa hal yang membuat penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang terkait pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini adalah Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan. Orisinalitas penelitian ini terletak pada variabel moderatingnya yaitu *Leverage*. Karena menurut (Trisnawati, 2014) *Leverage* akan mengurangi kemungkinan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan. Dengan *Leverage* yang besar maka keuntungan investor tinggi dengan tingkat resiko juga tinggi yang akan memancing pengawasan lebih tinggi terhadap laporan tahunan perusahaan untuk menghindari hal ini perusahaan akan lebih memilih mengurangi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan. Adapun penelitian ini memilih perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2016-2018. Penelitian pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur *Basic Industry And Chemicals* di Indonesia tergolong masih jarang sehingga peneliti ingin menggunakan objek penelitian tersebut.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori (Grand Theory)

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Teori *Stakeholder* pertama kali digagas oleh R. Edward Freeman pada tahun 1984 yang menyatakan bahwa teori *stakeholder* adalah teori mengenai organisasional manajemen dan etika bisnis yang membahas moral dan nilai dalam mengatur organisasi. Menurut Robbins and Coulter (2007) menyatakan bahwa *stakeholder* merupakan pihak yang berkepentingan yang meliputi pemegang saham, kreditor, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat analis dan pihak lain. *Stakeholder teory* berpendapat bahwa perusahaan bukan suatu entitas atas kepentingan pribadi dan berorientasi pada keuntungan dengan tanpa mengurangi manfaat pada *stakeholder* baik atas pemegang saham, kreditor, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat analis, karyawan dan pihak lain (Lindawati et al., 2015). *Stakeholder* yaitu pihak-pihak yang mempunyai hubungan dengan perusahaan dalam segi mempengaruhi atau dipengaruhi serta bersifat langsung maupun tidak langsung. Hal ini menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah suatu entitas yang akan melakukan aktivitas perusahaan untuk perusahaan sendiri melainkan harus memberikan manfaat terhadap *stakeholder*. Gray, et al. (1995) menyatakan bahwa:

“kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan stakeholder dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas

perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin powerful stakeholder, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan social di anggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan stakeholder-nya”.

Teori *Stakeholder* menyatakan bahwa pengungkapan CSR menjadi sebuah bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada *Stakeholder* bahwa perusahaan tidak hanya melakukan aktivitas perusahaan demi kepentingan perusahaan saja namun, juga berusaha memnuhi tanggungjawabnya atas kegiatan produksi yang dilakukan perusahaan yang memberi dampak negatif terhadap lingkungan maupun sosial sekitar perusahaan.

Adanya pihak yang diutamakan di dalam perusahaan yaitu *Stakeholder* yang ada di masyarakat, dengan adanya pengungkapan CSR merupakan cara untuk mengelola hubungan organisasi dengan kelompok *Stakeholder* yang berbeda. Sebuah perusahaan mampu mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dengan dukungan dari *stakeholder* dan untuk mewujudkan itu perusahaan harus mengumpulkan dan mencari *stakeholder* dengan berbagai aktivitas perusahaan untuk menarik perhatian *stakeholder*.

Dalam penelitian ini teori *stakeholder* digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel *size* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, hubungan variabel profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, serta hubungan profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan *leverage* sebagai variabel moderating.

Pada perusahaan dengan *size* besar yang ditandai memiliki total asset yang tinggi, maka manajemen perusahaan akan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* lebih besar guna melakukan pertanggungjawaban perusahaan kepada *stakeholder*, selain itu guna tetap menarik para investor kepada perusahaan tersebut. Pada perusahaan dengan nilai profitabilitas yang diukur menggunakan ROA juga akan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* lebih luas dibandingkan perusahaan dengan nilai profitabilitas lebih rendah, hal itu dikarenakan guna memenuhi kepentingan perusahaan dalam menarik investor dan memberikan manfaat kepada *stakeholder*.

Teori ini menjelaskan bahwa pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan merupakan cara perusahaan untuk mengelola dan menjaga hubungan organisasi dengan para *stakeholder*. Pada perusahaan yang memiliki nilai profitabilitas tinggi menandakan perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi, maka dorongan *stakeholder* lebih besar lagi dalam menginginkan pengungkapan perusahaan termasuk didalamnya informasi *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan. Didukung dengan nilai *leverage* yang tinggi maka menandakan kebutuhan terhadap *debtholder* tinggi, dengan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* lebih luas akan memberi gambaran bahwa perusahaan mampu untuk melakukan pelunasan hutang.

2.1.2 Teori Sinyal (*Signalling Teory*)

Teori sinyal atau *Signalling Teory* dikembangkan oleh Ross (1977), yang menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut

kepada calon investor agar saham perusahaannya meningkat. Menurut Nejadi (2011) bahwa teori sinyal menjelaskan akan pentingnya informasi yang merata antar prinsipel dan agen pada suatu perusahaan.

Teori sinyal merupakan teori yang menjelaskan tentang adanya suatu sinyal baik (berhasil) atau buruk (gagal) dalam manajemen yang di paparkan kepada pihak luar dalam hal ini masyarakat (Utami,2018). Informasi tentang pelaksanaan CSR yang dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan di dalam suatu perusahaan dilakukan guna mengurangi asimetri informasi. Asimetri informasi ini dimiliki manajer dalam hubungan keagenan serta dengan adanya laporan CSR ini dapat meningkatkan reputasi perusahaan.

Dalam teori sinyal dinyatakan bahwa perusahaan memberikan sinyal kepada pihak luar guna menambah nilai perusahaan. Dalam pengungkapannya perusahaan selain mencantumkan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan juga mengungkapkan pengungkapan yang sifatnya sukarela. Pengungkapan ini bisa dalam hal promosi atau yang menunjukkan kelebihan perusahaan a dari pada perusahaan b, c atau d. Dalam teori sinyal perusahaan memberikan sinyal positif perusahaannya kepada pihak luar yang menentukan keunggulannya sehingga investor dan pihak luar lain tertarik terhadap perusahaan tersebut. Pengungkapan yang dilakukan di cantumkan melalui laporan tahunan perusahaan atau dengan sukarela.

Hal ini menunjukkan bahwa teori sinyal merupakan teori yang menjelaskan mengapa perusahaan memiliki dorongan untuk mengungkapkan informasi laporan perusahaan kepada pihak eksternal (Sari dan Zuhrotun, 2006). Dorongan

perusahaan untuk mengungkapkan informasi perusahaannya karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak eksternal karena perusahaan mengetahui lebih baik prospek perusahaannya pada masa yang akan datang dibandingkan pihak eksternal (investor dan kreditor). Teori ini memberikan hal positif, dimana perusahaan yang mengungkapkan informasi lebih bagus akan lebih menarik investor dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memiliki informasi bagus.

Kurangnya informasi perusahaan kepada pihak luar mengakibatkan mereka melindungi diri dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan atau dengan kata lain kurang mempercayai perusahaan tersebut. Karena hal tersebut manajer akan mengupayakan mengungkapkan informasi yang baik mengenai perusahaannya kepada publik. Jika perusahaan mampu memberikan sinyal yang meyakinkan. Maka hal ini akan membuat publik terkesan dan akan terefleksi pada harga sekuritas.

Penggunaan laporan keuangan menjadi bahan pertimbangan para investor, karena investor akan melakukan analisis terhadap laporan keuangan misalnya : Profitabilitas, *leverage* dan *size* (Lomboan, 2013). Perwujudan salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tentang tanggungjawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan oleh perusahaan tersebut. Pengungkapan informasi tanggungjawab sosial dan lingkungan ini dengan harapan guna meningkatkan reputasi perusahaan (Rustiarini, 2010). Dalam penelitian ini teori sinyal digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel *size*.

Teori sinyal menyatakan bahwa manajemen mengupayakan mengungkapkan informasi positif kepada pemegang kepentingan. Pengungkapan informasi tanggungjawab sosial dan lingkungan adalah sinyal positif yang memungkinkan untuk diungkapkan ketika perusahaan memiliki total asset yang besar yang sekaligus menandakan bahwa perusahaan tersebut memiliki ukuran perusahaan yang besar. Keadaan perusahaan yang memiliki nilai *leverage* tinggi membuat manajemen melakukan kebijakan dengan mengungkapkan *corporate social responsibility* lebih luas dibandingkan saat memiliki tingkat *leverage* yang rendah. Hal ini dikarenakan dengan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* maka tekanan para pihak luar akan lebih sedikit dan debtholder akan percaya bahwa perusahaan akan mampu melunasi hutangnya.

2.2 Kajian Variabel Penelitian

2.2.1 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

2.2.1.1 Definisi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Secara konseptual, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan langkah akhir proses akuntansi berupa penyajian dalam bentuk seperangkat penuh statemen keuangan (Soewardjono, 2005). Harsanti (2011) menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai pengadaan informasi keuangan dan non-keuangan yang berhubungan dengan interaksi organisasi dan lingkungan sosial yang dinyatakan dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial lainnya yang terpisah.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ialah mekanisme yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dengan *stakeholder* (Sabrina & Felita, 2016).

Undang-undang no 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi perusahaan, komunitas setempat maupun masyarakat sekitarnya. World Business Council for Sustainable Development menyatakan *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi, serta meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas local dan masyarakat luas pada umumnya.

Corporate Social Responsibility mempunyai beberapa tema pengungkapan yaitu 1) Tema Kemasyarakatan, yang meliputi kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat sekitar (langsung maupun tidak langsung) seperti melakukan membina kemitraan dengan usaha kecil dan koperasi, di bidang pendidikan, kesehatan, seni dan budaya, 2) Tema Ketenagakerjaan meliputi kegiatan pendidikan dan pelatihan pegawai, meningkatkan kesejahteraan pegawai, 3) Tema Produk, berupa peningkatan mutu produk dan pelayanan kepada konsumen (termasuk pasca penjualan), dan 4) Tema Lingkungan Hidup, meliputi kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan hidup sekitar, seperti penghijauan, mengurangi polusi dan pengolahan limbah (Susilatri et al., 2011).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dibedakan menjadi 2 pengungkapan yaitu pengungkapan yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi yang wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasari pada peraturan yang mengikat. Pengungkapan kedua yaitu pengungkapan sukarela (*voluntary*) yang dilakukan oleh suatu perusahaan atas dasar keinginan dari *stakeholder* yang biasanya digunakan guna menambah cost perusahaan yang terkadang memunculkan keuntungan lain kepada perusahaan yaitu meningkatkan citra perusahaan, meningkatkan kredibilitas perusahaan (Purwanto, 2011).

Menurut Untung (2009) pengungkapan CSR memiliki beberapa manfaat yaitu membuka peluang bisnis perusahaan, membuka peluang pasar, memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*, mempertahankan dan meningkatkan citra perusahaan, mengurangi risiko bisnis perusahaan dan melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha. Menurut Effendi (2009) menyatakan bahwa ada dua hal yang mendorong perusahaan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Kedua faktor tersebut adalah faktor pendorong dari luar dan faktor pendorong dari dalam. Faktor pendorong dari luar adalah adanya hukum, regulasi, dan diwajibkannya melakukan analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL) dari kegiatan perusahaan. Faktor pendorong dari dalam adalah nilai, kebijakan manajemen, strategi dan tujuan perusahaan.

2.2.1.2 Indikator *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility memiliki 3 komponen utama yaitu : *people, profit, and planet*. Ketiga komponen ini yang menjadi dasar penilaian, implementasi dan evaluasi pelaporan program *Corporate Social Responsibility*

(CSR) yang dilakukan oleh pihak eksternal yang dikenal dengan istilah *Triple Bottom Line* yang kemudian disingkat menjadi TBL. *Triple Bottom Line* ini adalah hal dasar yang menjadi acuan penilaian dari pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Rizki et al., 2018).

Corporate Social Responsibility memiliki beberapa instrument pengukuran. Pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian menggunakan pedoman *Global Reporting Index* (GRI) G4 yaitu 91 item pengungkapan yang diterbitkan pada tanggal 22 Mei 2013. GRI G4 adalah standar penilaian *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan. Penilaian melalui GRI memiliki 6 item yaitu Aspek Lingkungan, Aspek Ekonomi, Aspek Tenaga kerja dan Kepatuhan Kerja, Aspek Hak Asasi Manusia, Aspek Masyarakat, dan Aspek Tanggung Jawab Produk. Dari keenam aspek tersebut di dalam GRI G4 yang di rinci sebagai berikut 9 item didalam kategori ekonomi, 34 item di dalam kategori lingkungan, 16 item di dalam kategori tenaga kerja dan kepatuhan kerja, 12 item di dalam kategori hak asasi manusia, 11 item di dalam kategori masyarakat dan 9 item di dalam kategori tanggungjawab atas produk. Dalam *Global Reporting Index* (GRI) memiliki aspek-aspek yang harus di penuhi. Aspek-aspek dari masing-masing standar dijabarkan dalam tabel 2.1 berikut :

Tabel 2.1 Standar Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Jenis Standar Pengungkapan	Aspek Terkait
Strategi dan Profit	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visi dan strategi (<i>Vision and Strategy</i>) 2. Profil (<i>Profile</i>) 3. Hal-hal yang berhubungan dengan pemerintahan, struktur dan sistem manajemen (<i>Governance, structure and management system</i>)
Pendekatan Manajemen dan Indikator Pelaksanaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ekonomi (<i>Economic/EC</i>) 2. Lingkungan (<i>Environment/EN</i>) 3. Praktek Tenaga Kerja dan Kepatuhan Kerja (<i>Labour Practice and Decent Work/LA</i>) 4. Hak Asasi Manusia (<i>Human Right/HR</i>) 5. Masyarakat (<i>Society/SO</i>) 6. Tanggung Jawab Produk (<i>Product esponsibility/PR</i>) 7. Supplement Sektor Tambang dan Logam (<i>Mining and Metals Sector Supplement/MM</i>)

Sumber : *Sustainable Reporting Guideline* dalam Sayidah, (2017)

Metode penilaian *Global Reporting Index* (GRI) ini adalah hasil dari pengembangan melalui proses multi *stakeholder* yang menggabungkan partisipasi bisnis, investasi akuntansi, penelitian hak asasi manusia. Dan organisasi tenaga kerja dari seluruh dunia (Sayidah, 2017).

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang bergantung pada satu atau lebih variabel yang menjelaskan. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR adalah kegiatan sosial yang dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai wujud tanggung jawab perusahaan atas kerusakan dan musnahnya sesuatu di wilayah berdirinya perusahaan. CSR mencakup beberapa hal dalam kegiatannya antara lain topik ekonomi, hukum, etika, dan kebijaksanaan (kedermawanan). Pengungkapan adalah sejumlah anggaran pengeluaran dana yang dilakukan oleh perusahaan dalam memberikan informasi ke pihak luar dan masyarakat

Pada penelitian ini pengungkapan CSR diukur menggunakan *GRI Standard* yang memuat dimensi ekonomi (9 item), dimensi lingkungan (34 item), dimensi sosial/ketenagakerjaan (16 item), dimensi hak asasi manusia (12 item), dimensi masyarakat (11 item), dan dimensi tanggung jawab atas produk (9 item). Sehingga terdapat 6 aspek dengan total 91 item penilaian pengungkapan.

Indikator dalam pengukuran metode GRI G4 terdiri atas:

- 1 Indikator kinerja ekonomi mencakup kinerja ekonomi, keberadaan pasar, dampak ekonomi tidak langsung, praktik pengadaan dan anti korupsi.
- 2 Indikator kinerja lingkungan yang meliputi material, energi, air, keragaman hayati, emisi, efluen dan limbah, kepatuhan lingkungan dan penilaian lingkungan pemasok.
- 3 Indikator sosial terdiri dari praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja terdiri dari kepegawaian, hubungan tenaga kerja/manajemen, kesehatan dan keselamatan kerja, pelatihan dan pendidikan, serta keberagaman dan kesetaraan peluang kerja, non-diskriminasi, kebebasan berserikat dan perundingan kolektif, pekerja anak, pekerja paksa atau wajib kerja, praktik pengamanan, hak adat, dan penilaian hak asasi manusia, masyarakat lokal dan penilaian sosial pemasok, kesehatan dan keselamatan pelanggan, pemasaran dan pelabelan produk dan jasa, privasi pelanggan, dan kepatuhan sosial ekonomi.

Skala pengukuran yang digunakan adalah dengan memberi tanda *checklist* dengan skor 1 pada perusahaan yang mengungkapkan sesuai dengan elemen informasi yang diinginkan dan skor 0 jika tidak mengungkapkan. Skor tersebut kemudian dijumlahkan untuk mengukur indeks pengungkapan pada masing-

masing perusahaan. Rumus yang digunakan untuk mengukur indeks pengungkapan CSR (Putri, 2017) adalah :

$$CSRDI = \frac{V}{M}$$

Keterangan :

CSRDI : indeks pengungkapan perusahaan

V : jumlah item yang yang sesungguhnya diungkapkan

M : jumlah item yang diharapkan oleh perusahaan

2.2.2 Ukuran Perusahaan(*Size*)

2.2.2.1 Definisi Ukuran Perusahaan (*Size*)

Menurut Hery (2014) ukuran Perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan ialah ukuran dimana perusahaan bisa dibedakan besar kecilnya, berdasarkan total modal, total aktiva, dan pendapatan, semakin besar ketiga hal tersebut menunjukkan kondisi perusahaan yang makin kuat. Perusahaan yang skalanya besar biasanya cenderung lebih banyak mengungkapkan tanggungjawab sosial dari pada perusahaan yang mempunyai skala kecil. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan itu dikenal dalam masyarakat. Perusahaan dapat dibedakan menjadi dua yaitu perusahaan dengan ukuran besar dan perusahaan dengan ukuran kecil. Perusahaan besar lebih cenderung untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dari pada perusahaan dengan skala kecil. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa

perusahaan dengan ukuran yang besar maka akan melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki lebih banyak pemegang saham yang perhatian terhadap program sosial perusahaan akan semakin luas. Berlaku kebalikan kepada perusahaan kecil yang akan mengungkapkan tanggung jawab perusahaannya lebih rendah kualitasnya dibandingkan perusahaan besar. Hal ini karena ketiadaan sumber daya dan dana yang cukup besar dalam laporan tahunan.

2.2.2.2 Indikator Ukuran Perusahaan (*Size*)

Menurut Bapepam No.9 Tahun 1995 Ukuran Perusahaan dapat digolongkan menjadi 2 kelompok sebagai berikut :

1) Perusahaan Kecil

Perusahaan Kecil merupakan badan hukum yang didirikan di Indonesia yang :

(1) memiliki sejumlah kekayaan (total asset) tidak lebih dari Rp. 20.000.000.000; (2) bukan merupakan afiliasi dan dikendalikan oleh suatu perusahaan yang bukan perusahaan menengah/kecil; (3) bukan merupakan reksadana.

2) Perusahaan Menengah/Besar

Perusahaan Menengah/Besar merupakan kegiatan ekonomi yang mempunyai kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan usaha tahunan. Usaha ini meliputi usaha nasional (milik Negara atau swasta) dan usaha asing yang melakukan kegiatan di Indonesia. Berbagai cara dapat dijadikan untuk mengklasifikasikan Ukuran Perusahaan yaitu berdasarkan jumlah karyawan, kapitalisasi pasar dan log total asset. Besarnya suatu Ukuran Perusahaan dapat dinyatakan dalam total

aktiva, penjualan, kapitalisasi pasar, dan tenaga kerja. Semakin besar nilai aktiva maka semakin besar pula Ukuran Perusahaan. Dalam penelitian ini dalam mengukur Ukuran Perusahaan menggunakan total *asset* dengan rumus sebagai berikut (Asandimitra & Rahayu, 2014):

$$Size = \text{Log Natural Total Asset}$$

Asset menurut PSAK No 1 (2007) adalah segala manfaat ekonomi yang berasal dari hasil produksi dan merupakan aktivitas operasional perusahaan. Dapat juga berubah bentuk menjadi kas atau kemampuan untuk mengurangi pengeluaran kas. Penggunaan total asset dalam pengukuran *size* dengan tujuan agar mengurangi data yang berlebih. Penggunaan Log Natural di karenakan jumlah asset yang nilainya ratusan juta hingga milyaran sehingga perlu di sederhanakan tanpa mengubah proporsional jumlah asset yang sebenarnya. Penggunaan total asset guna mengurangi perbedaan antara perusahaan besar dan perusahaan kecil.

2.2.3 Profitabilitas (*Profitability*)

2.2.3.1 Definisi Profitabilitas (*Profitability*)

Profitabilitas (*Profitability*) adalah suatu kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba (keuntungan) dalam periode waktu tertentu (Rifqiyah, 2016). Menurut Harahap (2011), mengemukakan bahwa “Profitabilitas (*Probability*) atau disebut juga rentabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua

kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjual, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya”.

Menurut Aulia & Agustina (2015) menyatakan bahwa Profitabilitas adalah suatu prestasi bagi perusahaan. Dengan nilai Profitabilitas yang tinggi didapat oleh perusahaan maka manajemen akan menunjukkannya dengan mengungkapkan dalam laporan tahunan. Karena dengan nilai Profitabilitas yang tinggi akan menaikkan nilai perusahaan sehingga manajemen termotivasi untuk mengungkapkannya dengan melaporkan di laporan tahunan perusahaan.

Menurut Permatasi (2014), profitabilitas menjadi salah satu faktor yang akan menarik investor menanamkan sahamnya ke sebuah perusahaan. Sebuah perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi akan mengundang perhatian para investor berdatangan ke perusahaan, sehingga manajemen juga perlu meningkatkan pengungkapan tanggungjawab perusahaannya.

2.2.3.2 Indikator Profitabilitas (*Profitability*)

Pengukuran Profitabilitas terdapat beberapa cara dalam menentukan besar kecilnya Profitabilitas, yaitu :

1) *Return On Assets* (ROA)

ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektifitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar dan sebaliknya.

$$\text{Return On Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total aset}}$$

Menurut Halim dan Supono(2001) keunggulan ROA disajikan sebagai berikut :

- a) Perhatian manajemen dititik beratkan pada maksimalisasi laba atas modal yang diinvestasikan,
- b) ROA dapat dipergunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh setiap divisinya dan pemanfaatan akuntansi divisinya,
- c) Analisa ROA dapat juga digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produksi yang dihasilkan oleh perusahaan.

2) *Return On Equity (ROE)*

ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan, rasio ini penting bagi pemegang saham untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi resiko ini berarti semakin efisiensi penggunaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisiensi penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan.

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

3) *Profit Margin Ratio*

Profit Margin Ratio mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan penjualan yang dicapai perusahaan. Semakin tinggi

rasio menunjukkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam menjalankan operasinya. *Profit Margin Ratio* dibedakan menjadi :

a) *Net Profit Margin*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini mencerminkan efisiensi seluruh bagian, yaitu produksi, personalia, pemasaran, dan keuangan yang ada di dalam perusahaan.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Pendapatan Penjualan Bersih}}$$

b) *Operating Profit Margin*

Rasio ini mengukur kemampuan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan penjualan yang dicapai perusahaan. Rasio ini menunjukkan efisiensi bagian produksi, personalia, serta pemasaran dalam menghasilkan dalam menghasilkan laba.

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Sebelum Pajak dan Bunga}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

c) *Gross Profit Margin*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba kotor dengan penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini menggambarkan efisiensi yang dicapai oleh bagian produksi.

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Gross Profit}}{\text{Sales}}$$

d) *Basic Earning Power*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan menggunakan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Dengan kata lain rasio ini mencerminkan efektivitas dan efisien pengelolaan seluruh investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efektif dan efisien pengelolaan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak.

$$\text{Basic Earning Power} = \frac{\text{Earning before Interest and taxes}}{\text{Total assets}}$$

Berdasarkan beberapa penjelasan tersebut, peneliti akan menggunakan ROA sebagai proksi dari Profitabilitas. Dikarenakan ROA dapat mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan laba dengan jumlah seluruh aktiva yang dimiliki dalam perusahaan dalam satu periode. ROA sering digunakan investor untuk menilai hasil kerja manajemen secara keseluruhan.

2.2.4 Lverage

2.2.4.1 Definisi Lverage

Lverage adalah alat yang digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan tergantung dengan kreditur dalam memberikan biaya atas asset perusahaan (Anita et al., 2015). Dengan kata lain apabila perusahaan memiliki tingkat *Lverage* yang tinggi hal itu menggambarkan keadaan perusahaan dengan tingkat ketergantungan dengan pinjaman luar sangat tinggi untuk membiayai aset perusahaannya. Sedangkan sebaliknya, apabila perusahaan memiliki tingkat *Lverage* dengan

tingkat rendah hal itu menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dalam pembiayaan asetnya menggunakan modal sendiri.

Lverage merupakan tingkatan perusahaan dalam hal kemampuan menggunakan aktiva (dana yang mempunyai beban tetap) baik berupa hutang maupun dalam bentuk saham istimewa yang diwujudkan dalam rangka untuk tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan kekayaan yang dimiliki perusahaan.

Rasio *Lverage* merupakan rasio yang membandingkan antara data dari pemilik perusahaan dengan dana yang berasal dari kreditor perusahaan. Perusahaan yang memiliki pasokan dana dari kreditor maka perusahaan tersebut memiliki utang perusahaan. Utang perusahaan itu maka perusahaan tersebut memiliki keuntungan dari bertambahnya modal perusahaan. Namun, hal ini juga mengakibatkan perusahaan tersebut memiliki kewajiban untuk membayar utang tersebut beserta bunga dari utang yang dilakukan perusahaan dan bisa juga mendapatkan pinalti dari pihak ketiga.

2.2.4.2 Indikator *Lverage*

Pengukuran *Lverage* terdapat beberapa cara dalam menentukan besar kecilnya *Lverage*, yaitu :

a) *Total Debt to Total Assets (DTA)*

Rasio DTA merupakan rasio yang mengukur besarnya total aktiva yang dibiayai oleh kreditor perusahaan. Sehingga semakin tinggi rasio DTA maka semakin banyak pula uang kreditor yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan laba. Demikian menyebabkan beban utang perusahaan semakin besar. Akan tetapi aktiva yang dihasilkan dari hasil kreditor atau utang akan memberikan

penghasilan yang lebih besar dari pada utangnya yang menyebabkan *Leverage* mampu menambah laba perusahaan. Rumus dari *Total Debt to Total Assets* (DTA) adalah sebagai berikut (Carnahan et al., 2010) :

$$\text{Total Debt to Total Assets (DTA)} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total aktiva}}$$

b) *Debt to Equity Ratio* (DER)

Debt to Equity Ratio (DER) merupakan perbandingan antara utang dengan ekuitas atau pemegang saham. Semakin besar risiko yang dihadapi oleh perusahaan maka investor akan semakin meminta keuntungan yang tinggi.

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

2.3 Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini. Uraian penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan CSR :

- 1) Gusti Ayu Dyah Indraswari dan Ida Bagus Putra Astika, 2015 meneliti tentang pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham publik terhadap pengungkapan Corporate Sosial Responsibility (CSR). Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah 11 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2010-2012 dengan Teknik *purposive sampling* dalam pemilihan sampelnya, sehingga total sampel dengan periode 3 tahun adalah 33 sampel. Dengan menggunakan Teknik

analisis data menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda. Adapun hasil dari penelitian tersebut ialah berpengaruhnya Profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap CSR, sedangkan untuk Kepemilikan Saham publik terbukti tidak berpengaruh terhadap perluasan pengungkapan CSR.

- 2) Rina Trisnawati, 2014 meneliti pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, ukuran dewan komisaris dan kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Industri Perbankan Di Indonesia. Populasi penelitian ini adalah industri perbankan yang terdaftar BEI selama periode tahun 2009-2011. Sampelnya ada 12 perusahaan yang dikumpulkan dengan metode *purposive sampling*. Analisis konten dana analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel penelitian. Hasil yang didapat dalam penelitian tersebut adalah hanya Ukuran Perusahaan yang berpengaruh positif terhadap CSR sedangkan profitabilitas, *Leverage*, ukuran dewan komisaris dan ukuran dewan manajerial terbukti tidak berpengaruh terhadap CSR.
- 3) Ervika Nilasari, 2012 meneliti pengaruh Profitabilitas, kepemilikan instutional, Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan terhadap CSRD Perusahaan Tambang yang melakukan *Listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2012. Populasi pada penelitian ini perusahaan sektor pertambangan Indonesia yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2012. Sampel awal penelitian adalah 42 perusahaan terpilih dengan *purposive sampling*. Data

dianalisis dengan asumsi uji klasik dan pengujian hipotesis dengan garis tengah metode regresi. Hasil penelitian ini adalah Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap CSRD dan Profitabilitas dan kepemilikan instutional tidak berpengaruh terhadap CSRD.

- 4) Rury Rizki H, Afrizal, Enggar D. P . Arum, 2019 meneliti pengaruh kepemilikan manajerial serta kepemilikan instutional, Profitabilitas dan kinerja lingkungan terhadap pengungkapan CSR. Objek penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan sektor tambang untuk periode 2015-2017 yang telah tergabung dalam BEI. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 43 perusahaan pertambangan yang tercatat di BEI pada tahun 2015-2017. Sampel yang digunakan sebanyak 24 perusahaan perusahaan selama 3 tahun. Pemilihan sampel dengan menggunakan teknik random sampling. Hasil dari penelitian ini adalah kepemilikan manajerial, kepemilikan instutional, Profitabilitas dan kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
- 5) Ati Retna Sari, Sutrisno, Eko Ganis Sukoharson, 2013 meneliti, pengaruh kepemilikan instutional, komposisi dewan komisaris, kinerja lingkungan terhadap luas pengungkapan CSR di dalam pada perusahaan manufaktur yang terdaftar BEI. Data yang digunakan adalah laporan keuangan perusahaan yang dipublikasikan yang diamati dari tahun 2000-2011. Jumlah perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 39 perusahaan. Penelitian ini menggunakan analisis data regresi berganda. Hasil

penelitian ini adalah kepemilikan konstituonal dan kinerja perusahaan mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan komposisi dewan komisaris dan Ukuran Perusahaan terbukti tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

- 6) Rosa Fitriana, 2019, meneliti pengaruh kepemilikan instutional, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Penelitian dengan 30 sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2010-2013 dengan menggunakan teknik porpositive sampling. Penelitian ini menggnakan Teknik analisis deskriptif dan statistik. Hasil dari penelitian ini adalah kepemilikan konstituinal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sama-sama memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.
- 7) Nur Sayidah, 2017, meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social*. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan metode *purpose sampling*. Penelitian ini menggunakan populasi pada perusahaaan dari industri pertambangan, yang menerbitkan laporan keuangan tahunnya selama tiga tahun berturut-turut dan menggunakan rupiah sebagai mata uang. Penelitian ini juga menggunakan analisis regresi dan analisis parsial dalam menelitinya. Hasil dari penelitian tersebut adalah Profitabilitas dan *Leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Variabel ukuran perusahaan dan umur perusahaan terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

- 8) Diyong Murdi Janra, 2015, meneliti tentang pengaruh kepemilikan manajerial, *Leverage*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2010-2013). Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama empat tahun periode yaitu dari tahun 2010-2013. Sampel yang digunakan ditentukan dengan metode *purpose sampling* sehingga diperoleh 30 perusahaan sampel. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari laman idx dengan menggunakan analisis regresi data panel. Hasil penelitian ini adalah variabel Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Sedangkan variabel kepemilikan manajerial dan *Leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

- 9) Rafikia Anggraini Putri, Christiawan, Yulius Jogi, 2014, meneliti tentang pengaruh Profitabilitas, likuiditas, dan *Leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Jumlah perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 19 perusahaan yang mendapatkan penghargaan ISRA dan merupakan perusahaan publik yang *listing* di BEI periode 2010-2012. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini adalah Profitabilitas dan *Leverage* terbukti tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab perusahaan, sedangkan variabel likuiditas hasilnya berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab perusahaan.

- 10) Rika Yuliawati dan Sukirman, 2015, meneliti tentang *Accounting Analysis Journal* Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang *listing* di BEI pada tahun 2013. Total sampel penelitian adalah 64 perusahaan yang ditentukan melalui metode *purpose sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yang sebelumnya telah dianalisis dengan uji normalitas dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini adalah Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan variabel Kepemilikan Asing tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- 11) Pradnyani, I, Sisdyani, Eka (2015) meneliti tentang pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Dewan Komisaris pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini menggunakan 66 sampel perusahaan yang dipilih melalui *purpose sampling*. Metode observasi non-participant digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini adalah profitabilitas, Dewan Komisaris dan *Leverage* berpengaruh sedangkan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR.
- 12) Putra Reki Manik Tumpal Inge, Sari Munthe Lengga (2016) meneliti tentang pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, tipe industri, kepemilikan manajemen, terhadap pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016. Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2012-2016. Sampel di pilih menggunakan metode *purposive sampling* dan didapat 17 sampel dari total 135 perusahaan. Metode yang digunakan adalah metode statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis berganda. Hasil penelitian ini adalah Ukuran Perusahaan dan Kepentingan Manajerial berpengaruh sedangkan Tipe industri dan ROA tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

- 13) Mirza Nurdin Nugroho dan Agung Yulianto (2015) meneliti tentang pengaruh Profitabilitas dan mekanisme *Corporate Governance* terhadap pengungkapan CSR perusahaan terdaftar Jakarta Islamic Index (JII) 2011-2013. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index 9(JII) tahun 2011-2013. Diperoleh 12 perusahaan yang dipilih secara *purpose sampling* sebagai sampel. Menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan sampel. Hasil penelitian ini adalah Profitabilitas, Kepemilikan Asing dan dewan komisariat tidak berpengaruh sedangkan kepentingan konstitusional berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Dalam penelitian terdahulu mempunyai hasil penelitian yang beragam yang

dirangkum dalam Tabel 2.2 berikut :

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Gusti Ayu Dyah Indraswari dan Ida Bagus Putra Astika, 2015	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility (CSR)	Independen : - Profitabilitas - Ukuran Perusahaan - Kepemilikan Saham Publik	- Profitabilitas berpengaruh Terhadap CSR - Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap CSR - Kepemilikan Saham Publik tidak berpengaruh terhadap CSR
2.	Rina Trisnawati, 2014	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Dewan Komisaris Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Industri Perbankan Di Indonesia	Independen : - Ukuran Perusahaan - Profitabilitas - <i>Leverage</i> - Ukuran Dewan Komisaris - Ukuran Dewan Manajerial	- Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR - Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR - <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap CSR - Ukuran Dewan Komisaris tidak berpengaruh terhadap CSR - Ukuran Dewan Manajerial tidak berpengaruh terhadap CSR
3.	Ervika Nilasari, 2012	Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Instutional, Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan Terhadap CSR Perusahaan Tambang Yang melakukan <i>Listing</i> di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2012	Independen : - Profitabilitas - Kepemilikan Instutional - Kepemilikan Asing - Ukuran Perusahaan	- Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR - Kepemilikan Instutional tidak berpengaruh terhadap CSR - Kepemilikan Asing berpengaruh terhadap CSR - Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap CSR
4.	Rury Rizki H, Afrizal, Enggar D. P . Arum, 2019	Pengaruh Kepemilikan Manajerial serta Kepemilikan Instutional, Profitabilitas dan	Independen : - Kepemilikan Manajerial - Kepemilikan Instutional - Profitabilitas	- Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan CSR - Kepemilikan Instutional berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan CSR	- Kinerja Lingkungan	- Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR - Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
5.	Ati Retna Sari, Sutrisno, Eko Ganis Sukoharson, 2013	Pengaruh Kepemilikan Instutional, Komposisi Dewan Komisaris, Kinerja Lingkungan Terhadap Luas Pengungkapan CSR di dalam pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar BEI	Independen : - Kepemilikan Institutional - Komposisi Dewan Komisaris - Ukuran Perusahaan - Kinerja Perusahaan	- Kepemilikan Institutional berpengaruh terhadap pengungkapan CSR - Komposisi Dewan Komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR - Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR - Kinerja Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
6.	Rosa Fitriana, 2019	Pengaruh Kepemilikan Instutional, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR	Independen : - Kepemilikan Institutional - Profitabilitas - Ukuran Perusahaan	- Kepemilikan Instutional berpengaruh terhadap pengungkapan CSR - Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR - Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
7.	Nur Sayidah 2017	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social	Independen : - Profitabilitas - <i>Leverage</i> - Ukuran Perusahaan - Umur Perusahaan	- Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> - Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> - Umur perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> - <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				<i>Corporate Social Responsibility</i>
8.	Diyong Murdi Janra, 2015	Pengaruh kepemilikan manajerial, <i>Leverage</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2013)	Independen : - Profitabilitas - Ukuran Perusahaan - <i>Leverage</i> - Kepemilikan manajerial	- Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan - Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan - <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan - Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan informasi CSR
9.	Rafikia Anggrani Putri, Christiawan, Yulius Jogi, 2014	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan <i>Leverage</i> terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Independen : - Profitabilitas - Likuiditas - <i>Leverage</i>	- Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR - Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR - <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
10.	Rika Yuliawati dan Sukirman, 2015	Accounting Analysis Journal Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Independen : - Profitabilitas - Ukuran Perusahaan - <i>Leverage</i>	- Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR - Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR - Kepemilikan Asing tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR - <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
11.	Pradnyani, I, Sisdyani, Eka, 2015	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas,	Independen : - Profitabilitas	- Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		<i>Leverage</i> , Dan Ukuran Dewan Komisaris Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	- Ukuran Perusahaan	Tanggung Jawab Sosial Perusahaan - Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan - Dewan komisaris berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan - <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
12.	Putra Reki Manik Tumpal Inge, Sari Munthe Lengga, 2016	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Tipe Industri, Kepemilikan Manajemen, Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2016	Independen : - Ukuran Perusahaan - Kepemilikan manajerial - Tipe industri - ROA	- Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR - Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR - Tipe industri tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR - ROA tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR
13.	Mirza Nurdin Nugroho dan Agung Yulianto, 2015	Pengaruh Profitabilitas dan mekanisme corporate governance terhadap pengungkapan csr perusahaan terdaftar jii 2011-2013	Independen : - Profitabilitas - Kepemilikan institusional - Kepemilikan Asing - Dewan komisariat - Ukuran komite audit	- Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR - Kepemilikan konstitusional berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR - Kepemilikan Asing tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR - Dewan komisariat tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR - Ukuran komite audit tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR

Sumber : Diolah dari berbagai sumber, 2020

2.4 Kerangka Berpikir

2.4.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran Perusahaan (*Size*) merupakan variabel penelitian yang sering dijumpai dan di pakai oleh para peneliti sebelumnya. Variabel ini sering dipakai untuk menjadi variabel independent untuk mengungkapkan luasnya pengungkapan tanggung jawab sebuah perusahaan. Dengan ukuran perusahaan yang besar mendorong manajemen melakukan kinerja CSR dengan lebih baik sehingga perusahaan akan mengungkapkan informasi CSR lebih luas.

Jika dibandingkan dengan perusahaan kecil, perusahaan besar akan lebih banyak melakukan kegiatan CSR sehingga akan mengungkapkan informasi CSR lebih luas. Perusahaan yang yang besar akan melakukan pengungkapan pengungkapan tanggung jawab perusahaan lebih besar dengan pertimbangan menghindari tuntutan lebih besar dari tuntutan masyarakat masyarakat atas kerusakan atau pencemaran yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaannya. Pengungkapan tanggung jawab perusahaan ini juga digunakan untuk menarik kepercayaan dan perhatian para *stakeholder* pada produk yang dihasilkan perusahaan tersebut.

Berdasarkan teori *stakeholder*, apabila ada sebuah perusahaan yang memiliki nilai ukuran perusahaan yang besar maka perlu melakukan kinerja CSR lebih baik guna mengikuti permintaan *stakeholder*. Dengan itu perusahaan perlu mengungkapkan informasi keuangan lebih banyak dan lengkap hal itu dilakukan untuk menambah dukungan dari *stakeholder*. Berdasarkan hal tersebut semakin

besar Ukuran Perusahaan semakin banyak juga perhatian dari lingkungan eksternalnya, baik masyarakat umum maupun investor perusahaan yang akan menanamkan sahamnya. Untuk itu mereka membutuhkan informasi terkait perusahaan terutama terkait hal tanggungjawab perusahaannya, apakah perusahaan itu bertanggungjawab atau tidak atas kegiatan perusahaannya. Hal itu yang dijadikan pertimbangan calon investor dalam menanamkan modalnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nilasari (2012) yang dilakukan pada perusahaan tambang yang terdaftar di *listing* dalam Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012 menemukan hasil bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggungjawab perusahaan hal ini berarti perusahaan dengan ukuran lebih besar akan melakukan pengungkapan yang lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Perusahaan besar juga mampu mengeluarkan informasi yang lebih detail mengenai aktivitas-aktivitasnya sehingga item pengungkapannya menjadi lebih luas.

Hasil penelitian Putra (2016) yang dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012 – 2016 dengan jumlah sampel sebanyak 135 perusahaan menemukan hasil nilai signifikan $0,00 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

2.4.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas adalah faktor yang membuat manajemen memiliki kemampuan untuk memperoleh laba (keuntungan). Dengan kemampuan memperoleh laba maka perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholder* melalui pemaksimalan kinerja CSR sehingga perusahaan akan melakukan pengungkapan CSR lebih luas. Hal ini menunjukkan bahwa besar nilai Profitabilitas suatu perusahaan dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Perusahaan dirasa mampu untuk melakukan aktivitas-aktivitas tanggung jawab yang dilakukan perusahaan. Sehingga semakin banyak nilai Profitabilitas maka akan semakin besar pula pengungkapan tanggung jawab perusahaannya.

Adanya Profitabilitas yang tinggi mengakibatkan manajemen menjadi fleksibel dan bebas dalam mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Dengan semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pula kinerja CSR yang dilakukan sehingga manajemen akan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan lebih luas. *Stakeholder* akan memerlukan informasi yang merangkum tentang tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang akan dia tuju sebagai tempat dia berinvestasi seperti yang tertuang dalam teori *stakeholder*.

Sebuah informasi tanggungjawab sosial perusahaan itu akan menggambarkan kepedulian suatu perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar atau dampak yang ditimbulkan dari kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan diharuskan untuk melakukan pengungkapan atas

petanggungjawaban sosial suatu perusahaan yang tercantum dalam laporan tahunan perusahaan. Dikaitkan dengan teori *stakeholder*, sebuah pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan yang meliputi kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. dengan kemungkinan akibat dari kegiatan tersebut menimbulkan dampak negatif kepada lingkungan sekitar bertujuan untuk memenuhi kepentingan perusahaan sendiri serta memberikan manfaat bagi *stakeholder*.

Beberapa peneliti sebelumnya juga memiliki pernyataan yang sama. Seperti pernyataan yang diungkapkan oleh Indraswari & Astika (2017) dalam meneliti pengungkapan CSR pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2010-2012 dengan hasil nilai koefisien regresi sebesar 0,053 dan bertanda positif menandakan jika Profitabilitas mengalami kenaikan 1 satuan maka tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,053 pengungkapan. Koefisien Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Semakin besar nilai Profitabilitas maka akan semakin besar pula nilai pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Menurut Rizki et al., (2019) dalam penelitiannya pada perusahaan pertambangan periode 2015-2017 menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan. Hasil ini berarti dengan bertambahnya nilai Profitabilitas maka akan bertambah pula tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial suatu perusahaan.

2.4.3 *Leverage* Memoderasi Secara Positif Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Penelitian tentang Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah diteliti oleh Indrawari (2015) Trisnawati (2014) dan Sayidah (2017) dengan simpulan dari penelitian mereka bertiga mengungkapkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh secara positif signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini menggambarkan bahwa besarnya Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap luasnya pengungkapan tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Hasil akurat yang di temukan oleh peneliti Putra (2016) bahwa berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai signifikan Ukuran Perusahaan yang lemah sebesar $0.000 < 0.05$ maka H_a Diterima, sedangkan pada penelitian Purwanto (2011) diperoleh nilai signifikan *size* yang lebih tinggi yaitu sebesar $0.026 < 0.05$ maka H_a Diterima .

Hasil sebaliknya di temukan oleh Sari et al. (2013) Fatkhiyatur (2016) dan Janra (2015) dengan hasil penelitian mereka yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang lebih besar cenderung mengungkapkan pertanggungjawaban sosial yang lebih sedikit. Dengan adanya hasil yang inkonsisten dari para peneliti sebelumnya, maka dalam penelitian ini mencoba menghadirkan *Lverage* dalam memoderasi hubungan Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan CSR dengan harapan dapat memperkuat pengaruh variabel independent terhadap dependen.

Berdasarkan teori sinyal bahwa segala informasi yang diungkapkan oleh perusahaan akan mempengaruhi atau membentuk opini publik terhadap perusahaan. Penilaian publik terhadap perusahaan sangat tergantung terhadap informasi yang di keluarkan melalui laporan tahunan perusahaan. Penilaian publik ini berfungsi untuk menarik para investor agar menanamkan saham di perusahaan itu. Semakin besar Ukuran Perusahaan kebutuhan dana untuk pendanaan perusahaan semakin besar. Dengan tingkat *Leverage* yang tinggi maka perusahaan perlu melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* lebih luas lagi. Dengan adanya teori sinyal ini informasi yang baik mengenai tingginya pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* perusahaan maka kepercayaan *stakeholder* terutama investor akan semakin besar.

Perusahaan yang lebih besar dengan tingkat *Leverage* tinggi maka perusahaan tersebut memiliki hutang, perusahaan seperti itu cenderung mengeluarkan biaya perusahaan mengungkapkan tanggungjawab sosialnya. Keadaan itu mendorong manajemen memprioritaskan pengungkapan guna menjaga *image* perusahaan oleh pihak luas. Sebaliknya jika perusahaan memiliki tingkat *Leverage* yang rendah. Perusahaan akan mengurangi dana untuk melakukan tanggungjawab perusahaan, karena perusahaan masih memiliki kepercayaan diri dalam pemaksimalan produksi perusahaan. Semakin besar perusahaan maka akan semakin banyak investor yang menanamkan sahamnya dan pengungkapan CSRnya akan semakin luas. Hadirnya variabel *Lverage* ini juga dimaksudkan sebagai orisinalitas penelitian.

2.4.4 *Leverage* Memoderasi Secara Positif Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Penelitian mengenai Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah diteliti oleh Rizki et al.(2018), Viviliana (2016), Indraswari & Astika (2017) dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial suatu perusahaan. Hasil yang serupa juga di temukan oleh Pradnyani & Sisdyani (2015) dalam penelitiannya tentang Profitabilitas. Hasil yang yang didapatkan menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan dengan presentase 69.8% terhadap luas pengungkapan laporan tanggung jawab sosial perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Janra (2015) menemukan hasil penelitian yang mneytakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan dengan presentase 28.5% terhadap luas pengungkapan laporan tanggung jawab sosial perusahaan.

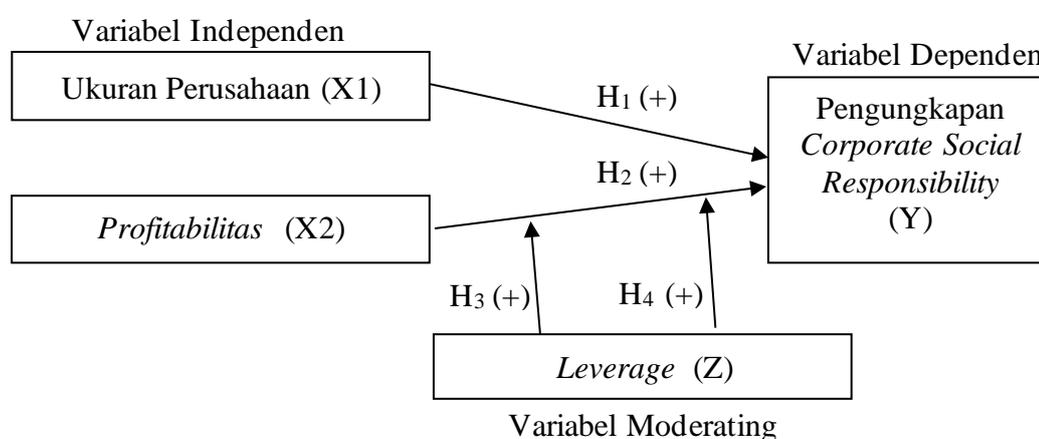
Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Trisnawati (2014), Putri & Christiawan (2014), Nugroho & Yulianto (2015), Dewa et al. (2014) yang menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab perusahaan.. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hasil yang inkonsisten terhadap pengaruh Profitabilitas terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Maka dalam penilitian ini mencoba menghadirkan *Laverage* dalam memoderasi hubungan antara Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Berdasarkan teori *stakeholder* bahwa segala informasi yang diungkapkan oleh perusahaan perlu adanya pertanggungjawaban kepada pihak yang terlibat dalam perusahaan agar tidak ada tuntutan lebih atas tanggungjawab perusahaan. Salah satu hal yang yang bisa dilakukan manajemen untuk tidak menimbulkan tuntutan tersebut dengan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan lebih luas. Saat perusahaan memiliki nilai Profitabilitas yang tinggi kemampuan pengembalian laba menjadi lebih besar dan ditunjang dengan nilai *Leverage* lebih tinggi maka perusahaan memiliki kemampuan dan kewajiban untuk meningkatkan kinerja CSR, sehingga manajemen akan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan lebih luas pula.

Perusahaan dengan tingkat Profitabilitas tinggi dengan tingkat *Leverage* tinggi maka perusahaan tersebut memiliki kemampuan yang tinggi dalam memenuhi kewajibannya dengan laba yang didapatkan, perusahaan seperti itu cenderung akan mengeluarkan biaya untuk melaksanakan tanggungjawab sosialnya. Keadaan itu mendorong manajemen fleksibel dalam mengelola dananya untuk membayar hutang agar tidak melampaui jatuh tempo dan membayar denda atas keterlambatan tersebut serta menjaga kepercayaan para investor untuk menanamkan saham pada perusahaan tersebut dengan meningkatkan kinerja CSR yang kemudian diinformasikan dengan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang lebih luas. Sebaliknya jika perusahaan memiliki tingkat *Leverage* yang rendah. Perusahaan akan sulit untuk menghasilkan laba perusahaan yang lebih besar guna membayar kewajiban yang ada dan mempertahankan kegiatan sosial yang dilakukan. Sehingga luas pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility (CSR) perusahaan akan berkurang. Semakin besar tingkat Profitabilitas maka akan semakin banyak investor yang menanamkan sahamnya dan kinerja CSRnya akan semakin banyak sehingga manajemen melakukan pengungkapan CSRnya akan semakin luas. Hadirnya variabel *Leverage* ini juga dimaksudkan sebagai orisinalitas penelitian.

Berikut adalah gambar kerangka berpikir dalam penelitian ini :



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian

Sumber : Data diolah dari berbagai sumber, 2020

2.5 Hipotesis Penelitian

- H₁ : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
- H₂ : Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
- H₃ : *Leverage* memoderasi secara positif dan signifikan pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
- H₄ : *Leverage* memoderasi secara positif dan signifikan pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Desain Pemikiran

Jenis penelitian ini adalah penelitian yang bersifat explanatif yaitu penelitian yang menjelaskan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruhnya antara variabel dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2013 h.8). Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang menggunakan jenis data sekunder, berupa data angka-angka atau besaran tertentu yang sifatnya pasti. Data sekunder yang digunakan berupa laporan tahunan perusahaan. Penggunaan laporan tahunan dirasa mampu mewakili fokus, operasional dan kerja perusahaan secara menyeluruh.

3.2 Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2018 dengan jumlah perusahaan sebanyak 80 perusahaan. Laporan tahunan yang telah diaudit dan di publikasikan secara resmi pada *website* BEI yaitu www.idx.co.id. Perusahaan industri dasar dan kimia dipilih sebagai sampel karena sub sektor tersebut merupakan bagian dari perusahaan manufaktur, dimana perusahaan manufaktur sendiri adalah perusahaan yang mengolah bahan baku menjadi barang jadi, sehingga perusahaan manufaktur berpotensi dalam pencemaran lingkungan terutama yang memiliki bahan baku berupa bahan kimia. Jumlah perusahaan

manufaktur sub sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI lebih banyak dibandingkan sub sektor lain, karena kemampuan analisis dalam satu sektor diharapkan mampu menghasilkan kesimpulan yang dapat dibandingkan antara satu perusahaan dengan perusahaan lain. Perusahaan industri dasar dan kimia juga merupakan sub sektor yang tingkat pencemarannya paling besar diantara sub sektor yang lain dalam manufaktur.

3.2.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel Penelitian

Pemilihan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan cara pemilihan sampel *non-probabilitas* atau tidak acak, yaitu item-item populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Metode yang digunakan untuk pemilihan sampel adalah metode pemilihan sampel bertujuan (*purposive sampling*) berdasarkan pertimbangan. Kriteria-kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah sebagai berikut :

- 1) Perusahaan *Basic Industry And Chemicals* yang terdaftar di BEI selama tahun periode 2016-2018.
- 2) Perusahaan dengan konsisten terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun periode 2016-2018.
- 3) Perusahaan industri dasar dan kimia yang menerbitkan dan mempublikasikan laporan tahunan dan/atau selama tahun periode 2016-2018.
- 4) Perusahaan yang memiliki data lengkap dan menyajikan informasi yang digunakan dalam variabel yang diperlukan peneliti.

Ringkasan kriteria pengambilan sampel dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1 Kriteria Pengambilan Sampel

Kriteria	Tidak Masuk Kriteria	Jumlah
Perusahaan <i>Basic Industry And Chemicals</i> yang terdaftar di BEI selama tahun periode 2016-2018		80
Perusahaan <i>Basic Industry And Chemicals</i> yang konsisten terdaftar di BEI selama tahun periode 2016-2018	20	60
Perusahaan <i>Basic Industry And Chemicals</i> yang menerbitkan dan mempublikasikan laporan tahunan dan/atau selama tahun 2016-2018	6	54
Perusahaan <i>Basic Industry And Chemicals</i> yang memiliki data lengkap dan menyajikan informasi yang digunakan dalam variabel yang diperlukan peneliti.	24	30
Total perusahaan yang dijadikan sampel	30	
Total tahun penelitian	3	
Total unit analisis data periode 2016-2018	90	

Sumber : BEI data diolah, 2020

3.3 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel dependen, dua variabel independent dan satu variabel moderating. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan (*size*) dan profitabilitas. Sedangkan variabel moderating penelitian ini adalah *leverage*.

3.3.1 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Harsanti (2011) menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai pengadaan informasi keuangan dan non-keuangan yang berhubungan dengan interaksi organisasi dan lingkungan sosial yang dinyatakan dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial lainnya yang terpisah.

Pada penelitian ini pengungkapan CSR diukur menggunakan *GRI Standard* yang memuat dimensi ekonomi (9 item), dimensi lingkungan (34 item), dimensi sosial/ketenagakerjaan (16 item), dimensi hak asasi manusia (12 item), dimensi

masyarakat (11 item), dan dimensi tanggung jawab atas produk (9 item). Sehingga terdapat 6 aspek dengan total 91 item penilaian pengungkapan.

Indikator dalam pengukuran metode GRI G4 terdiri atas:

- 1) Indikator kinerja ekonomi mencakup kinerja ekonomi, keberadaan pasar, dampak ekonomi tidak langsung, praktik pengadaan dan anti korupsi.
- 2) Indikator kinerja lingkungan yang meliputi material, energi, air, keragaman hayati, emisi, efluen dan limbah, kepatuhan lingkungan dan penilaian lingkungan pemasok.
- 3) Indikator sosial terdiri dari praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja terdiri dari kepegawaian, hubungan tenaga kerja/manajemen, kesehatan dan keselamatan kerja, pelatihan dan pendidikan, serta keberagaman dan kesetaraan peluang kerja, non-diskriminasi, kebebasan berserikat dan perundingan kolektif, pekerja anak, pekerja paksa atau wajib kerja, praktik pengamanan, hak adat, dan penilaian hak asasi manusia, masyarakat lokal dan penilaian sosial pemasok, kesehatan dan keselamatan pelanggan, pemasaran dan pelabelan produk dan jasa, privasi pelanggan, dan kepatuhan sosial ekonomi.

3.3.2 Ukuran Perusahaan (*Size*)

Ukuran Perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan ialah ukuran dimana perusahaan bisa dibedakan besar kecilnya, berdasarkan total modal, total aktiva, dan pendapatan, semakin besar ketiga hal tersebut menunjukkan kondisi perusahaan yang makin kuat.

3.3.3 Profitabilitas (*Profitability*)

Profitabilitas (*Profitability*) adalah suatu kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba (keuntungan) dalam periode waktu tertentu. Menurut Harahap (2011), mengemukakan bahwa “Profitabilitas (*Probability*) atau disebut juga rentabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjual, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya”.

3.3.4 *Lverage*

Lverage adalah alat yang digunakan dalam mengukur pembiayaan asset perusahaan yang dibiayai oleh kreditur, serta seberapa besar ketergantungan suatu perusahaan bergantung kepada kreditur atas biaya asset perusahaan. *Lverage* adalah penggunaan asset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap.

3.1 Teknik Pengambilan Data Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan data dokumentasi yang dilakukan dengan cara mengumpulkan sumberdata yang relevan dengan objek penelitian. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode 2016-2018. Data dalam penelitian ini adalah data yang diolah oleh perusahaan yang dirangkum dalam laporan tahunan perusahaan yang telah di *publish* secara resmi di Lembaga

terkait yaitu Bursa Efek Indonesia (BEI). Cara mendapatkan laporan tersebut dengan cara *download* di situs www.idx.co.id. Selain itu data untuk kelengkapan penelitian ini juga diperlukan sumber literatur lain seperti buku, artikel, jurnal, pasal hukum undang - undang dan data dari internet.

3.2 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah kegiatan penelitian dengan mengelompokan data berdasarkan variabel, kemudian data tiap disajikan, selanjutnya dilakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah diajukan. Adapun langkah-langkah analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu analisis statistik deskriptif dan MRA.

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskriptifkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Statistik deskriptif disajikan melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan mean, median, modus, standar deviasi dan persentase. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran atau mendeskripsikan data dalam variabel yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), minimum, maksimum dan standar deviasi.

3.5.1.1 Deskriptif Objek Penelitian

Subjek penelitian merupakan tempat variabel melekat akan diteliti. Subjek penelitian adalah tempat dimana data yang akan digunakan untuk menjadi alat ukur mencari hasil dari penelitian atas variabel penelitian yang akan digunakan. Subjek

penelitian dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pada penelitian ini subjek penelitian dicari pada laman Bursa Efek Indonesia pada bagian laporan tahunan perusahaan manufaktur sub industri dasar dan kimia. Data perusahaan yang akan di analisis sebelumnya di saring dengan teknik *purpose sampling*. Laporan tahunan yang sudah didapat dianalisis sesuai dengan data yang akan digunakan oleh penelitian ini.

3.5.1.2 Deskriptif Variabel Penelitian

3.5.1.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Pengungkapan CSR

Untuk mengukur pengungkapan CSR menggunakan “*content analysis*” yaitu cara pengungkapan pada laporan tahunan dengan pemberian nilai 1 jika melakukan pengungkapan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan sesuai dengan jumlah indeks item yang digunakan. Pada penelitian ini harus disesuaikan dengan indeks GRI Standart. Perhitungannya dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Membuat satu daftar (*checklist*) pengungkapan CSR. Penelitian ini menggunakan daftar item dari GRI (*Global Reporting Initiative*) Standar modifikasian.
- 2) Menentukan indeks CSR untuk setiap perusahaan yang dijadikan sampel.

Perhitungan indeks *checklist* pengungkapan CSR dapat dilihat sebagai berikut:

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

Keterangan :

CSRI_j : Indeks pengungkapan CSR indeks perusahaan j

X_{ij} : Item CSR dengan kode 1 jika diungkapkan, 0 jika tidak diungkapkan

n_i : Jumlah item informasi CSR perusahaan pada GRI G4 yaitu 91 item pengungkapan

Dengan demikian, $0 \leq CSRI_j \leq 1$

Untuk menentukan kategori deskriptif variabel Pengungkapan CSR dibuat tabel kategori yang disusun dari data-data sebagai berikut :

Tabel 3.2 Jenjang Kategori Variabel Pengungkapan CSR

	Nilai		Kategori
0,0330	s.d	0,1473	Sangat Rendah
0,1573	s.d	0,2715	Rendah
0,2815	s.d	0,3958	Sedang
0,4058	s.d	0,5201	Tinggi
0,5301	s.d	0,6444	Sangat Tinggi

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2020

3.5.1.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Ukuran Perusahaan

Dalam penelitian ini dikarenakan Ukuran Perusahaan memiliki nilai yang paling tinggi dari variabel lainnya, maka penggunaannya di Log, dan dapat dirumuskan sebagai berikut (Asandimitra & Rahayu, 2014): :

$$Size = \text{Log Natural Total Asset}$$

Untuk menentukan kategori deskriptif variabel ukuran perusahaan, dibuat tabel kategori yang disusun dari data-data sebagai berikut :

Tabel 3.3 Jenjang Kategori Variabel Ukuran Perusahaan

	Nilai		Kategori
6	s.d	6,6	Sangat Rendah
6,61	s.d	7,21	Rendah
7,22	s.d	7,82	Sedang
7,83	s.d	8,43	Tinggi
8,44	s.d	9,04	Sangat Tinggi

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2020

3.5.1.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Profitabilitas

Dalam penelitian ini untuk variabel Profitabilitas di ukur dengan menggunakan *Return On Assets* (ROA), yaitu, perbandingan antara laba bersih dengan total aset. Semakin besar laba maka pemegang saham akan meminta semakin banyak keuntungan. dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Return On Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total aset}}$$

Untuk menentukan kategori deskriptif variabel profitabilitas, dibuat tabel kategori yang disusun dari data-data sebagai berikut :

Tabel 3.4 Jenjang Kategori Variabel Profitabilitas

Nilai			Kategori
-29,910	s.d	-21,718	Sangat Rendah
-21,708	s.d	-13,516	Rendah
-13,506	s.d	-5,314	Sedang
-5,304	s.d	2,888	Tinggi
2,898	s.d	11,090	Sangat Tinggi

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2020

3.5.1.2.4 Analisis Deskriptif Variabel *Leverage*

Dalam penelitian ini untuk variabel *Leverage* di ukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER), yaitu perbandingan antara utang dengan ekuitas saham. Semakin besar resiko maka pemegang saham akan meminta semakin banyak keuntungan. DER dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

Untuk menentukan kategori deskriptif variabel *Leverage*, dibuat tabel kategori yang disusun dari data-data sebagai berikut :

Tabel 3.5 Jenjang Kategori Variabel *Leverage*

Nilai		Kategori
-3,86	s.d -0,72	Sangat Rendah
-0,71	s.d 2,43	Rendah
2,44	s.d 5,58	Sedang
5,59	s.d 8,73	Tinggi
8,74	s.d 11,88	Sangat Tinggi

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2020

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian analisis regresi linier berganda terhadap hipotesis penelitian, maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian analisis klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Berikut penjelasan dari uji tersebut :

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan distribusi pengujian data variabel independent (X) dan data variabel dependen (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan distribusi normal dan tidak normal (Ghozali, 2016). Jika data normal, maka menggunakan statistik parametrik, jika data yang digunakan tidak normal maka menggunakan statistik non-parametrik yang digunakan peneliti. Uji Normalitas diuji dengan menggunakan analisis grafik, baik secara normal plot atau grafik histogram (Ghozali, 2013).

- 1) Jika angka signifikan $>$ taraf signifikan (α) 0,05 maka distribusi data dikatakan normal.
- 2) Jika angka signifikan $<$ taraf signifikan (α) 0,05 maka distribusi data dikatakan tidak normal.

3.5.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji model regresi atas tingkat korelasi antar variabel independent. Adanya korelasi antar variabel independent, maka variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independent yang nilai korelasinya antar sesama variabel independent sama dengan nol (Ghozali, 2013). Cara mengetahui ada tidaknya multikolinieritas antarvariabel independent menggunakan cara sebagai berikut:

- 1) Nilai R^2 yang dihasilkan sangat tinggi oleh suatu estimasi model regresi empiris, tetapi secara individual variabel-variabel independent banyak yang tidak memiliki nilai signifikan yang mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Menganalisa matrik korelasi antar variabel independent. Jika ada korelasi yang cukup tinggi maka hal ini merupakan suatu indikasi bahwa adanya multikolinieritas. Namun dengan tidak adanya korelasi berarti menandakan adanya efek kombinasi dari variabel independent. Nilai tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*) dapat menunjukkan variabel mana yang dijelaskan oleh variabel independent yang lain. Tolerance mengukur variabilitas variabel independent yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independent yang lain. Nilai tolerance dan VIF saling berkebalikan. Jika nilai Tolerance tinggi maka nilai VIF rendah karena VIF dirumuskan sebagai berikut :

$$\mathbf{VIF = 1/Tolerance.}$$

Nilai *cutoff* yang digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

3.5.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji ada tidaknya korelasi dalam model regresi linier antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t sebelumnya. Autokorelasi muncul karena adanya observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan dengan satu sama lain. Cara yang digunakan untuk mendeteksi adanya autokorelasi antara lain dengan uji Durbin Watson, uji Lagrange Multiplier, Uji Statistik Q. dan Run Test (Ghozali, 2013). Pengujian autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan *run test*.

Run test merupakan bagian dari statistik non-paramatik yang dapat digunakan untuk menguji adanya korelasi yang tinggi antar residu. Jika tidak ditemukan korelasi antar residu artinya residual adalah acak atau random. *Run test* dilakukan dengan menggunakan hipotesis dasar sebagai berikut :

H_0 : residual (res_1) random (acak)

H_a : residual (res_1) tidak random

Pengambilan keputusan yang dilakukan pada runtest adalah (Ghozali, 2011) :

- 1) Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, data residual terjadi secara tidak random.
- 2) Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, data residual terjadi secara *random* (acak).

3.5.2.4 Uji Heterokedasitas

Pengujian heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki ketidaksamaan residual antara pengamatan satu dengan pengamatan yang lainnya. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi

heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas digunakan metode grafik yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu yang tergambar pada *scatterplot*, dengan dasar pengambilan keputusan :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.3 Moderated Regression Analysis (MRA)

Dalam mengukur pengaruh variabel moderating dalam memoderasi pengaruh independent terhadap variabel dependen bisa menggunakan tiga metode yaitu uji interaksi, uji selisih mutlak dan uji residual. Pada penelitian ini menggunakan uji selisih mutlak untuk mengetahui pengaruh variabel moderating dalam memoderasi pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Uji selisih mutlak dicari dengan mengregresikan variabel Y terhadap nilai *standarsized* atau *zscore* dari variabel independent dan nilai absl yang didapat dari hasil pengurangan *zscore* variabel independent terhadap variabel moderating. Persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 |X_1 - Z| + \beta_5 |X_2 - Z| + \beta_6 |X_3 - Z| + e$$

Keterangan :

Y : *Corporate Social Responsibility*

X1 : Nilai *Standardized* dari Profitabilitas

X2 : Nilai *Standardized* dari Ukuran Perusahaan

Z : Nilai *Standardized* dari *Leverage*

$X1-Z$: Nilai Absolut dari *Zscore* $X1-Zscore$ Z

$X2-Z$: Nilai Absolut dari *Zscore* $X2-Zscore$ Z

α : Konstanta

β : Koefien Regresi

e : *Error Term*, tingkat kesalahan dalam penelitian

3.5.4 Uji Hipotesis

Menurut Fisher (1925) uji hipotesis digunakan sebagai metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi. Dalam penelitian ini menggunakan data dari yang terkontrol. Dalam statistik, hasil signifikan secara statistik jika kejadian tersebut hamper tidak mungkin disebabkan oleh faktor kebetulan, sesuai dengan batas probabilitas yang sudah ditentukan. Untuk menguji perbdaan rata-rata suatu variabel dengan hipotesis maka dilakukan uji parsial, sedangkan untuk menguji pengaruh moderasi maka perlu dilakukan uji pengaruh moderasi.

3.5.4.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan dalam rangka menunjukkan sejauh mana pengaruh suatu variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali,2013). Penilaian Uji t dilakukan dengan membandingkan t-stastik dan probabilitas. Pengujian ini menggunakan signifikasi level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Pengungkapannya menjadi sebagai berikut :

- 1) Jika hasil uji variabel sejumlah $> 0,05$ maka hipotesis ditolak, artinya variabel independen tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yang sedang diteliti.
- 2) Jika nilai signifikan dari suatu variabel independent senilai $\leq 0,05$, maka hipotesis diterima, artinya variabel independent yang sedang diuji tersebut memiliki pengaruh atau berpengaruh terhadap variabel dependen yang sedang diteliti.

Keputusan yang diambil pada Uji t adalah berdasarkan nilai yang dihasilkan dari pengolahan data melalui SPSS versi 24 pada tabel *coefficient* kolom *sig* atau *significance*.

3.5.4.2 Uji Pengaruh Moderasi

Uji pengaruh moderating digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel moderating dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen. Jika hasil uji menghasilkan nilai yang signifikan yang lebih kecil dari alpha yang ditentukan yaitu nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel moderating yang digunakan dinyatakan dapat memoderasi pengaruh variabel independen terhadap dependen.

3.5.5 Koefisien Determinasi (R^2 dan r^2)

Koefisien determinasi digunakan sebagai pengukur seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varian dari variabel terikatnya. Koefisien determinasi dibagi menjadi dua yaitu Koefisien determinasi

R^2 dan Koefisien determinasi r^2 . Masing-masing koefisien dijelaskan sebagai berikut :

3.5.5.1 Koefisien Determinasi R^2

Nilai koefisien determinan (*Adjusted* R^2) adalah alat uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independent yang diteliti dalam menjelaskan variabel independent. Hasil pengukuran *Adjusted* R^2 yang menunjukkan nilai 1 menandakan bahwa variabel independent memberikan banyak informasi dalam pengungkapan nilai variabel dependen. Jika semakin rendah hasil *Adjusted* R^2 maka ada variabel lain yang tidak diteliti yang lebih banyak menjelaskan tentang variabel dependen.

3.5.5.2 Koefisien Determinasi r^2

Koefisien determinan parsial digunakan untuk mengukur seberapa jauh masing-masing variabel independent atau variabel bebas menerangkan variabel dependen. Besarnya pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen dapat dilihat pada r^2 atau determinansi secara parsial yang dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom parsial yang hasilnya dikuadratkan terlebih dahulu.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Hasil Penelitian Deskriptif

4.1.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016 – 2018. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018, dengan jumlah populasi sebanyak 80 perusahaan.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *purposive sampling* atau sampel tertentu, sehingga setiap item tidak memiliki kesempatan yang sama. Berdasarkan kriteria yang diperoleh data sampel sebanyak 30 laporan tahunan perusahaan selama 3 tahun periode, sehingga total sampel yang diteliti adalah 90 laporan tahunan perusahaan.

4.1.1.2 Deskriptif Variabel Penelitian

Deskriptif penelitian digunakan untuk melihat gambaran data yang diteliti, serta memberikan informasi secara umum mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR), variabel independennya adalah Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas, sedangkan variabel moderatingnya adalah *Leverage*.

Gambaran yang akan ditampilkan dalam statistik deskriptif adalah nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Deskripsi penelitian untuk variabel-variabel tersebut dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4.1 Hasil Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran Perusahaan	90	6.00	9.00	6.9333	.73132
Profitabilitas	90	-29.91	11.05	1.2438	5.83150
<i>Leverage</i>	90	-3.86	11.84	1.4673	2.08519
CSR	90	.03	.60	.2931	.14446
Valid N (listwise)	90				

Variabel	Mean	Kategori
CSR	0.2931	Sedang
<i>Size</i>	6.9333	Rendah
Profitabilitas	1.2438	Tinggi
<i>Leverage</i>	1.4673	Rendah

Sumber : Output SPSS, 2020

Dari tabel 4.2 jumlah laporan tahunan yang diobservasi (N) sebanyak 90 laporan perusahaan. Jumlah tersebut merupakan total sampel yang diperoleh dari perusahaan manufaktur sub industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 3 tahun pengamatan yang terdiri dari 30 perusahaan (30x3).

Variabel pengungkapan CSR menunjukkan nilai terkecil 3%, nilai terbesar 60% dan nilai rata-rata sebesar 29% dengan standar deviasi sebesar 14% yang menunjukkan bahwa kualitas data untuk variabel tersebut cukup baik atau penyebarannya merata karena rata-ratanya lebih tinggi dari standar deviasi. Data ini menunjukkan bahwa rata-rata pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan di Indonesia masih tergolong rendah, yaitu hanya sebesar 29%. Dan terdapat sampel perusahaan yang hanya mengungkapkan tanggungjawab sosial perusahaan sebesar 3% yaitu Keramik Indonesia Assosiasi Tbk pada tahun 2016. Walaupun demikian,

terdapat sampel perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial cukup tinggi, yaitu 60% yaitu PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. pada tahun 2016. Hal ini menunjukkan kesadaran perusahaan dalam pengungkapan aktivitas tanggungjawab sosial perusahaannya masih rendah. Setelah dianalisis dan dimasukkan kedalam tabel distribusi akan terlihat seperti berikut :

Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Pengungkapan CSR

Kriteria	Interval	Frekuensi	Presentase
Sangat Rendah	0,0330- 0,1473	17	19%
Rendah	0,1573 - 0,2715	37	41%
Sedang	0,2815 - 0,3958	24	27%
Tinggi	0,4058 - 0,5201	5	6%
Sangat Tinggi	0,5301 - 0,6444	7	8%
Total		90	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2020

Pengungkapan CSR pada unit analisis terkonsentrasi pada interval 3 hingga 13,4 terdapat 17 unit analisis memiliki tingkat pengungkapan CSR yang sangat rendah, 37 unit, 37 unit analisis memiliki tingkat pengungkapan CSR rendah dan terdapat 24 unit analisis dengan tingkat pengungkapan sedang. Sedangkan untuk unit analisis dengan kriteria tinggi hanya terdapat 6% dan kriteria sangat tinggi hanya 8%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur sub industri dasar dan kimia di Indonesia memiliki tingkat pengungkapan CSR sangat rendah.

Analisis statistik deskriptif variabel Ukuran Perusahaan (*size*) menunjukkan nilai terendah 6.00, nilai tertinggi 9.00, dan nilai rata-rata sebesar 6.9333 dengan standar deviasi sebesar 0.73132 yang menunjukkan bahwa kualitas data untuk variabel tersebut cukup baik atau penyebarannya merata karena rata-ratanya lebih tinggi dari standar deviasi. Nilai tertinggi untuk Ukuran Perusahaan (*size*) menunjukkan 9 dimana angka tersebut merupakan hasil Ln dari total asset tertinggi

sebesar Rp. 130.229235 ,sedangkan nilai terendahnya adalah 6 dari total asset terendah sebesar Rp. 136 619. Setelah dianalisis dan dimasukkan kedalam tabel distribusi akan terlihat seperti berikut :

Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Ukuran Perusahaan

Kriteria	Interval	Frekuensi	Presentase
Sangat Rendah	6 - 6,6	24	27%
Rendah	6,61 - 7,21	51	57%
Sedang	7,22 - 7,82	0	0%
Tinggi	7,83 - 8,43	12	13%
Sangat Tinggi	8,44 - 9,04	3	3%
Total		90	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2020

Ukuran perusahaan pada unit analisis terkonsentrasi pada interval 6 hingga 6,6 terdapat 24 unit analisis memiliki ukuran perusahaan yang sangat rendah, 51 unit analisis memiliki ukuran perusahaan rendah dan hanya memiliki 12 unit analisis dengan kriteria tinggi dan 3 unit analisis dengan kriteria sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur sub industri dasar dan kimia di Indonesia memiliki tingkat ukuran perusahaannya yang rendah dengan nilai 6,61 hingga 7,21 atau sebanyak 57% dari total unit analisis.

Analisis statistik deskriptif variabel Profitabilitas menunjukkan nilai terendah -29.91, nilai tertinggi 11.05, dan nilai rata-rata sebesar 1.2438 dengan standar deviasi sebesar 5.83150 yang menunjukkan bahwa kualitas data untuk variabel tersebut kurang baik atau penyebarannya kurang merata karena rata-ratanya lebih rendah dari standar deviasi. Nilai tertinggi untuk variabel Profitabilitas menunjukkan 11.05 menunjukkan bahwa profitabilitas yang di proksikan dengan ROE menunjukkan hasil yang cukup bagus, walaupun terdapat sampel perusahaan

dengan nilai ROE terendah yaitu sebesar -29.91. Setelah dianalisis dan dimasukkan kedalam tabel distribusi akan terlihat seperti berikut :

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Profitabilitas

Kriteria	Interval	Frekuensi	Presentase
Sangat Rendah	-29,91 – (-21,718)	1	1%
Rendah	-21,708 – (-13,516)	1	1%
Sedang	-12,506 – (-5,314)	6	7%
Tinggi	-5,304 - 2,888	46	51%
Sangat Tinggi	2,898 - 11,09	36	40%
Total		90	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2020

Tingkat profitabilitas pada unit analisis terkonsentrasi pada interval -29,91 hingga – 21,718 terdapat 1 unit analisis memiliki tingkat profitabilitas yang sangat rendah, 1 unit analisis dengan profitabilitas rendah dan 6 unit analisis profitabilitas sedang. Sedangkan terdapat 46 unit analisis profitabilitas tinggi dan 36 unit analisis dengan profitabilitas sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur sub industri dasar dan kimia di Indonesia memiliki tingkat profitabilitas yang baik dengan lebih dari 90% perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi.

Analisis statistik deskriptif variabel *Leverage* telah menunjukkan nilai terendah -3.86, nilai tertinggi 11.84, dan nilai rata-rata sebesar 1.4673 dengan standar deviasi sebesar 2.08519 yang menunjukkan bahwa kualitas data untuk variabel tersebut kurang baik atau penyebarannya kurang merata karena rata-ratanya lebih rendah dari standar deviasi. Nilai tertinggi untuk variabel *Leverage* menunjukkan 11.84 yang menandakan bahwa tingkat sedangkan nilai terendahnya adalah -3.86 yaitu PT Suparma Tbk pada tahun 2017. Setelah dianalisis dan dimasukkan kedalam tabel distribusi akan terlihat seperti berikut :

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Leverage

Kriteria	Interval	Frekuensi	Presentase
Sangat Rendah	-3,86 – (-0,72)	3	3%
Rendah	-0,71 - 2,43	76	84%
Sedang	2,44 - 5,58	7	8%
Tinggi	5,59 - 8,73	2	2%
Sangat Tinggi	8,74 - 11,88	2	2%
Total		90	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2020

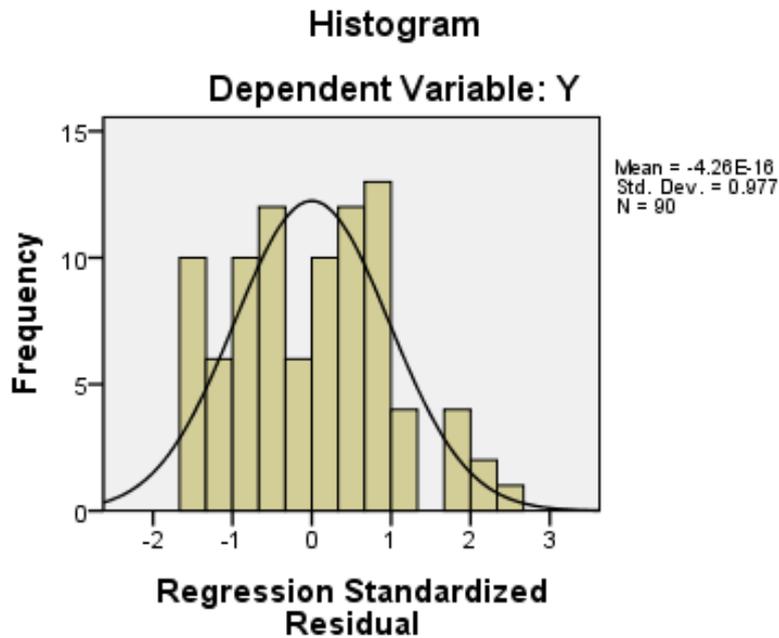
Leverage pada unit analisis terkonsentrasi pada interval -3,86 hingga -0,72 *leverage* yang sangat rendah, 976 unit dengan *leverage* yang rendah, 7 unit analisis *leverage* yang sedang. Sedangkan hanya terdapat 2 unit analisis *leverage* dengan kriteria tinggi dan 2 unit analisis *leverage* dengan kriteria sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur sub industri dasar dan kimia di Indonesia memiliki tingkat *leverage* yang rendah dengan nilai -0,71 hingga 2,43 yang dimiliki oleh 84% dari total unit analisis.

4.1.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.1.2.1 Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah nilai residualnya terdistribusi secara normal. Jika distribusi data residu normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Hasil uji normalitas di gambarkan pada gambar berikut :

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan Bentuk Histogram

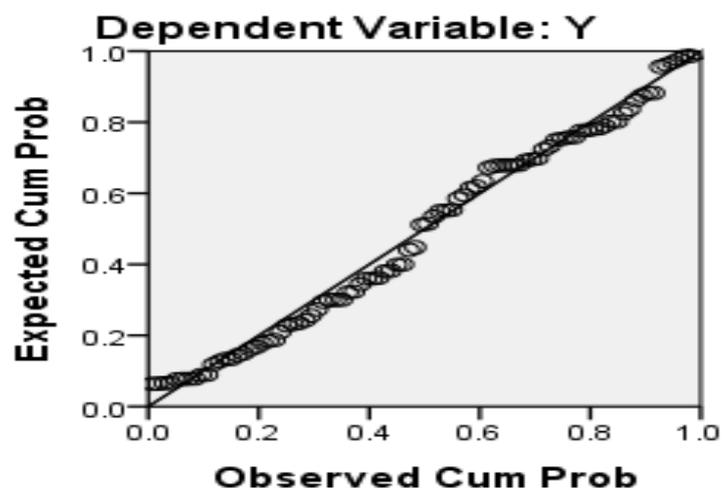


Sumber : Output SPSS, 2020

Pada gambar 4.1 dapat diketahui residual terdistribusi secara normal dan berbentuk simetris tidak menceng ke kanan atau ke kiri.

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas menggunakan grafik P-P Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Output SPSS, 2020

Pada gambar 4.2 dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka residual pada model regresi tersebut terdistribusi normal.

Untuk lebih meyakinkan hasil uji grafik maka pada uji normalitas ini juga dilengkapi dengan uji statisti, yaitu dengan menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov (K-S).

Tabel 4.6 Hasil Uji Kolmogrof Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.12943432
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negatif	-.065
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Output SPSS, 2020

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan nilai sigifikan untuk *unstandardized residual* dari seluruh variabel independent dan dependen yang akan diuji sebesar 0.200 yang lebih besar dari alpha 0.05 sehingga H0 diterima. Dengan demikian data residual terdistribusi normal.

4.1.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas dilakukan dengan menghitung nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Faktor*). Uji multikolinearitas merupakan suatu bentuk

pengujian untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat adanya kerelasi atau hubungan yang linear antar variabel bebas (independen) yaitu Ukuran Perusahaan dan profitabilitas.

Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolonieritas

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)					
	Zscore(X1)	.002	.018	.016	.908	1.101
	Zscore(X2)	.095	.229	.211	.919	1.088
	ZX1_ZM	.352	.250	.232	.712	1.404
	ZX2_ZM	.321	.222	.204	.674	1.484

Sumber : Output SPSS,2020

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai *tolerance* sebesar 0.908 dan nilai VIF sebesar 1.101. Variabel Profitabilitas mempunyai nilai *tolerance* sebesar 0.919 dan nilai VIF sebesar 1.088. Variabel Ukuran Perusahaan dengan moderasi *Leverage* mempunyai nilai *tolerance* sebesar 0.712 dan nilai VIF sebesar 1.404. Variabel Profitabilitas dengan moderasi *Leverage* mempunyai nilai *tolerance* sebesar 0.674 dan nilai VIF sebesar 1.484.

4.1.2.3 Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari auto korelasi. Deteksi adanya autokorelasi dapat dilihat dari angka *run test*.

Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
Unstandardized Residual	
Test Value ^a	.00434
Cases < Test Value	45
Cases >= Test Value	45
Total Cases	90
Number of Runs	43
Z	-.636
Asymp. Sig. (2-tailed)	.525

a. Median

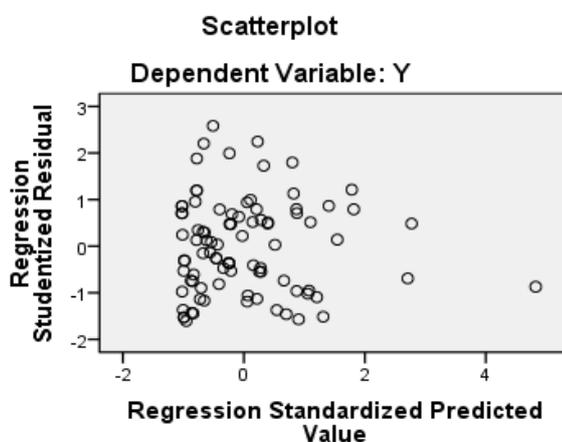
Sumber : Output SPSS, 2020

Hasil uji autokorelasi dengan menggunakan *Runs Test* berdasarkan pada tabel 4.8 menunjukkan angka 0.525, angka tersebut lebih dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, data residual terjadi secara *rondom* (acak) atau tidak ada autokorelasi dalam penelitian ini.

4.1.2.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara nilai prediksi dengan residualnya.

Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Output SPSS, 2020

Hasil uji heteroskedastisitas pada gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dengan pola yang jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4.1.3 Hasil Analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Moderated Regression Analysis (MRA) digunakan untuk menguji hipotesis moderasi. Teknik MRA yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji selisih mutlak. Uji selisih mutlak dilakukan dengan meregrasikan variabel Y (*Corporate Social Responsibility*) terhadap nilai *standardized* atau *Zscore* independen dan nilai absolut dari selisih *Zscore* variabel independen terhadap variabel moderating. Apabila selisih mutlak diantara kedua variabel bebasnya signifikan positif maka variabel tersebut memoderasi hubungan antara variabel dependen dan variabel independennya. Berikut ini hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan Teknik uji selisih mutlak berbantu SPSS 24:

Tabel 4.9 Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.224	.021		10.730	.000
	Zscore(X1)	.002	.015	.017	.167	.868
	Zscore(X2)	.032	.015	.220	2.166	.033
	ZX1_ZM	.034	.014	.275	2.385	.019
	ZX2_ZM	.033	.016	.248	2.098	.039

Sumber : Data yang diolah, 2020

Beberapa hasil analisis regresi berganda MRA pada tabel 4.9, diperoleh koefisien untuk variabel Ukuran Perusahaan (X_1) = 0.002; Profitabilitas perusahaan (X_2) = 0.032, selisih mutlak Ukuran Perusahaan dan *Leverage* ($|X_1 - Z|$) = 0.034; selisih mutlak Profitabilitas dan *Leverage* ($|X_2 - Z|$) = 0.033 . Dengan demikian dapat dibuat persamaan regresi berganda MRA sebagai berikut :

$$Y = 0.224 + 0.002X_1 + 0.032X_2 + 0.034 |X_1 - Z| + 0.033 |X_2 - Z|$$

Keterangan :

- 1) Nilai α (Konstanta) = 0.224

Konstanta sebesar 0.224 menunjukkan bahwa variabel X_1 , X_2 selisih mutlak X_1 dan selisih mutlak X_2 dianggap konstan atau bernilai nol maka nilai *Corporate Social Responsibility* (Y) yaitu sebesar 0.224.

- 2) Nilai βX_1 (Koefisien X_1) = 0.002

Nilai koefisien X_1 (Ukuran Perusahaan) sebesar 0.002 menunjukkan bahwa variabel X_1, X_2 , selisih mutlak X_1 , dan selisih mutlak X_2 dianggap bernilai nol atau konstan, maka setiap penambahan X_1 akan meningkatkan nilai *Corporate Social Responsibility* (Y) sebesar 0.002. Sebaliknya apabila ada penurunan X_1 sedangkan

variabel lain di anggap bernilai nol atau konstan maka nilai *Corporate Social Responsibility* (Y) akan menurun sebesar 0.002.

3) Nilai β_{X2} (Koefisien X2) = 0.032

Nilai koefisien X2 (Profitabilitas) sebesar 0.032 menunjukkan bahwa variabel X1, X2, selisih mutlak X1, dan selisih mutlak X2 dianggap bernilai nol atau konstan, maka setiap penambahan X2 akan meningkatkan nilai *Corporate Social Responsibility* (Y) sebesar 0.032. Sebaliknya apabila ada penurunan X2 sedangkan variabel lain di anggap bernilai nol atau konstan maka nilai *Corporate Social Responsibility* (Y) akan menurun sebesar 0.032.

4) Nilai $\beta_{|X1-Z|}$ (Koefisien $|X1-Z|$) = 0.034

Nilai koefisien selisih mutlak $|X1-Z|$ sebesar 0.034 menunjukkan bahwa variabel X1, X2, selisih mutlak X1, dan selisih mutlak X2 dianggap bernilai nol atau konstan, maka setiap penambahan $|X1-Z|$ akan meningkatkan nilai *Corporate Social Responsibility* (Y) sebesar 0.034. Sebaliknya apabila ada penurunan $|X1-Z|$ sedangkan variabel lain di anggap bernilai nol atau konstan maka nilai *Corporate Social Responsibility* (Y) akan menurun sebesar 0.034.

5) Nilai $\beta_{|X2-Z|}$ (Koefisien $|X2-Z|$) = 0.033

Nilai koefisien selisih mutlak $|X2-Z|$ sebesar 0.033 menunjukkan bahwa variabel X1, X2, selisih mutlak X1, dan selisih mutlak X2 dianggap bernilai nol atau konstan, maka setiap penambahan $|X2-Z|$ akan meningkatkan nilai *Corporate Social Responsibility* (Y) sebesar 0.033. Sebaliknya apabila ada penurunan $|X2-Z|$ sedangkan variabel lain di anggap bernilai nol atau konstan maka nilai *Corporate Social Responsibility* (Y) akan menurun sebesar 0.033.

4.1.4 Hasil Uji Hipotesis Penelitian

4.1.4.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independent secara individual dalam menerapkan variabel dependen. Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk menguji hipotesis pertama dan kedua. Hasil pengujian terhadap koefisien regresi berganda menghasilkan model berikut ini :

Tabel 4.10 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.224	.021		10.730	.000
	Zscore(X1)	.002	.015	.017	.167	.868
	Zscore(X2)	.032	.015	.220	2.166	.033
	ZX1_ZM	.034	.014	.275	2.385	.019
	ZX2_ZM	.033	.016	.248	2.098	.039

Sumber : Data yang diolah, 2020

Hasil uji t pada tabel 4.10 menyatakan bahwa variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai signifikan diatas 0.05 dengan nilai koefisien variabel positif dan variabel Profitabilitas memiliki nilai signifikan dibawah 0.05 dengan nilai koefisien variabel positif.

Berikut penjabaran hasil uji pengaruh langsung pada penelitian ini :

- 1) Hipotesis pertama yaitu Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hasil penelitian dari tabel 4.10 menunjukkan nilai koefisien dari Ukuran Perusahaan bernilai positif yaitu 0.002, hal ini menunjukkan bahwa ada arah

hubungan positif. Sedangkan untuk signifikan dari Ukuran Perusahaan yaitu 0.868 atau lebih tinggi dari 0.05 dengan t hitung sebesar 0.167. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis pertama yaitu Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan positif dan signifikan terhadap terhadap *Corporate Social Responsibility* **ditolak**.

- 2) Hipotesis kedua yaitu Profitabilitas perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hasil penelitian dari tabel 4.10 menunjukkan nilai koefisien dari Profitabilitas bernilai positif yaitu 0.032, hal ini menunjukkan bahwa ada arah hubungan positif. Sedangkan untuk signifikan dari Profitabilitas yaitu 0.033 atau lebih rendah dari 0.05 dengan t hitung sebesar 2.166. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis kedua yaitu Profitabilitas berpengaruh signifikan positif dan signifikan terhadap terhadap *Corporate Social Responsibility* **diterima**.

4.1.4.2 Uji Pengaruh Moderasi

Uji pengaruh moderasi digunakan untuk menguji hipotesis ketiga dan keempat. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel *Leverage* mampu memoderasi pengaruh variabel Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*. Uji pengaruh moderasi yang digunakan yaitu uji selisih mutlak. Berikut Tabel 4.11 Hasil Uji Pengaruh Moderasi Berbantu SPSS 24:

Tabel 4.11 Hasil Uji Pengaruh Moderasi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.224	.021		10.730	.000
	Zscore(X1)	.002	.015	.017	.167	.868
	Zscore(X2)	.032	.015	.220	2.166	.033
	ZX1_ZM	.034	.014	.275	2.385	.019
	ZX2_ZM	.033	.016	.248	2.098	.039

Sumber : Data yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.11, menunjukkan bahwa nilai signifikan pada ZX1_ZM dan ZX2_ZM dibawah 0.05. Berikut merupakan penjabaran dari uji hasil uji moderasi pada Tabel 4.11:

- 1) Hipotesis ketiga yaitu *Leverage* memoderasi secara positif pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hasil uji moderasi pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai koefisien dari selisih mutlak variabel Ukuran Perusahaan dan *Leverage* yaitu 0.034 yang menandakan arah hubungan positif terhadap *Corporate Social Responsibility*, sedangkan untuk signifikansinya yaitu 0.019 atau dibawah 0.05 dan nilai t hitung 2.385. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *Leverage* memoderasi secara positif pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* **diterima**.

- 2) Hipotesis keempat yaitu *Leverage* memoderasi secara positif pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hasil uji moderasi pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai koefisien dari selisih mutlak variabel Profitabilitas dan *Leverage* yaitu 0.033 yang menandakan arah hubungan positif terhadap *Corporate Social Responsibility*, sedangkan untuk

signifikansinya yaitu 0.039 atau dibawah 0.05 dan nilai t hitung 2.385. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *Leverage* memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* **diterima**.

Berikut ini merupakan ringkasan hasil hipotesis uji pengaruh langsung dan uji pengaruh hipotesis yang dapat dilihat pada Tabel 4.12:

Tabel 4.12 Hasil Uji Pengaruh Langsung Dan Uji Pengaruh Hipotesis

Hipotesis	Keterangan	Koefisien	Sign	Keputusan
H1	Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	0.002	0.868	Ditolak
H2	Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	0.032	0.033	Diterima
H3	<i>Leverage</i> mampu memoderasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	0.034	0.019	Diterima
H4	<i>Leverage</i> mampu memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	0.033	0.039	Diterima

Sumber : Data yang diolah, 2020

4.1.5 Koefisien Determinasi

4.1.5.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)
Variabels Entered/Removed^a

Model	Variabels Entered	Variabels Removed	Method
1	ZX2_ZM, Zscore(X1), Zscore(X2), ZX1_ZM ^b		Enter

a. Dependent Variabel: Y
All requested variabels entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.444 ^a	.197	.159	.13244	1.734

a. Predictors: (Constant), ZX2_ZM, Zscore(X1), Zscore(X2), ZX1_ZM

b. Dependent Variabel: Y

Sumber : Output SPSS, 2020

Berdasarkan tabel 4.13, hasil pengujian menunjukkan R^2 sebesar 0.197 atau 19.7% dapat dikatakan bahwa 19.7% ini adalah besar variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam perusahaan Industri dasar dan kimia yang terdaftar Bursa Efek Indonesia dapat dijelaskan dengan Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas, sedangkan 80.3% besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

4.1.5.2 Koefisien Determinasi r^2

Koefisien determinasi r^2 digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing variabel independent yaitu X1, X2, selisih mutlak X1, dan selisih mutlak X2.

Berikut ini merupakan hasil uji koefisien determinasi parsial yang disajikan pada Tabel 4.11 berbantu SPSS 24 :

Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi (r^2)

Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1					
(Constant)					
Zscore(X1)	.002	.018	.016	.908	1.101
Zscore(X2)	.095	.229	.211	.919	1.088
ZX1_ZM	.352	.250	.232	.712	1.404
ZX2_ZM	.321	.222	.204	.674	1.484

Sumber : Data yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.14, nilai koefisien determinasi parsial untuk variabel Ukuran Perusahaan yaitu $(0.018)^2 \times 100\% = 0.027\%$. Apabila variabel lain dianggap konstan maka secara parsial variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh sebesar 0.027% terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Nilai koefisien determinasi parsial untuk variabel Profitabilitas yaitu $(0.229)^2 \times 100\% = 5.24\%$. Apabila variabel lain dianggap konstan maka secara parsial variabel Profitabilitas berpengaruh sebesar 5.24% terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Berdasarkan tabel 4.11, nilai koefisien determinasi parsial untuk variabel selisih mutlak Ukuran Perusahaan dengan *Leverage* yaitu $(0.250)^2 \times 100\% = 6.25\%$. Apabila variabel lain dianggap konstan maka secara parsial variabel selisih mutlak Ukuran Perusahaan dengan *Leverage* berpengaruh sebesar 6.25% terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Nilai koefisien determinasi parsial untuk variabel selisih mutlak Profitabilitas dengan *Leverage* yaitu $(0.222)^2 \times 100\% = 4.93\%$. Apabila variabel lain dianggap konstan maka secara parsial variabel selisih mutlak Profitabilitas dengan *Leverage* berpengaruh sebesar 4.93% terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

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

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini yaitu Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan manufaktur sub industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) diperoleh bahwa nilai t hitung lebih rendah dari pada t tabel, nilai signifikansi variabel ukuran perusahaan bernilai 0.868 lebih besar dari pada 0.05 dengan koefisien variabel Ukuran Perusahaan bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa

ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sub industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI.

Hal tersebut bertolak belakang dengan teori *stakeholder*, yang menyatakan bahwa apabila ada sebuah perusahaan dengan nilai *size* yang tinggi maka akan melakukan kinerja CSR lebih baik yang kemudian mendorong manajemen melakukan pengungkapan lebih luas guna memenuhi kemauan *stakeholder*. Hal ini dikarenakan guna semakin meningkatkan ukuran perusahaan, perusahaan akan lebih mementingkan urusan perusahaannya dan manajemen kurang memperhatikan serta tidak memiliki sikap empati terhadap tanggungjawab sosial dan lingkungan perusahaannya.

Penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Effendi & Hapsari, (2015) yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh secara parsial berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Purwanto, (2011) juga menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pradnyani & Sisdyani (2015) dan Sari et al., (2013) yang melakukan penelitian dengan hasil yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak bisa menjadi tolak ukur bahwa perusahaan tersebut melakukan luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang lebih

besar dari pada perusahaan yang lebih kecil. Karena perusahaan yang lebih besar mempunyai kemungkinan lebih besar dalam memfokuskan pendanaan kepada pengembangan produksi dan penggunaan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang lebih baik.

4.2.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini yaitu Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sub industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) diperoleh bahwa nilai t hitung lebih tinggi dari pada t tabel, nilai signifikansi variabel Profitabilitas lebih kecil dari pada 0.05 dengan koefisien variabel 0.033. Profitabilitas bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sub industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2016-2018.

Hal ini selaras dengan teori *stakeholder*, Profitabilitas dianggap mampu menjadi variabel yang mampu mempengaruhi luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Principal memberikan keleluasaan kepada manajemen perusahaan untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai strategi menjaga hubungan baik perusahaan dengan *stakeholder*. Melakukan penungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) lebih dipandang

menjadi aktivitas yang dapat menjadi strategi jangka panjang yang akan memberikan dampak positif bagi perusahaan.

Dengan nilai profitabilitas yang tinggi membuat manajemen fleksibel dalam meningkatkan kinerja CSR. Oleh karena itu perusahaan akan mengungkapkan informasi CSR lebih luas lagi. Dengan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan akan mendapatkan kepercayaan lebih oleh para *stakeholder* selain itu juga akan lebih mendapatkan perhatian yang positif oleh para *stakeholder*.

Penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Trisnawati (2014), Nilasari (2012) dan Sayidah (2017) menyatakan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh secara terhadap *Corporate Social Responsibility*. Nugroho dkk, (2015) juga menyatakan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indraswari (2015), Fitriana (2019), Janra (2015), Yuliawati (2015), dan Pradnyani (2015) yang melakukan penelitian dengan hasil yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini membuktikan bahwa profitabilitas bisa menjadi tolak ukur bahwa perusahaan tersebut melakukan luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang lebih besar dari pada perusahaan dengan nilai profitabilitas lebih kecil. Karena perusahaan yang nilai profitabilitasnya lebih besar mempunyai kemampuan dalam melakukan kinerja CSR lebih baik yang kemudian

akan diinformasikan dengan cara mengungkapkan informasi CSR di dalam laporan tahunan.

4.2.3 *Leverage* Memoderasi Secara Positif Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini yaitu *Leverage* memoderasi secara positif pengaruh antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sub industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Berdasarkan hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) nilai signifikansi variabel selisih mutlak ukuran perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) lebih kecil dari pada 0.05 yaitu sebesar 0.019 dengan koefisien variabel 0.034 hal ini menunjukkan bahwa *Leverage* mampu memoderasi secara positif pengaruh ukuran perusahaan terhadap CSR.

Hal tersebut selaras dengan teori signal yang menyatakan bahwa segala informasi yang diungkapkan oleh perusahaan akan mempengaruhi atau membentuk opini publik terhadap perusahaan. Dengan tingkat *Leverage* yang tinggi maka manajemen akan meningkatkan kinerja CSR dan melakukan pengungkapan lebih luas guna menjaga kepercayaan para *stakeholder* selain itu perusahaan akan dianggap perusahaan yang kuat. Sehingga bisa meningkatkan asset perusahaan karena investor menanankan sahamnya di perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian, tingkat *Leverage* yang tinggi ternyata mampu untuk meningkatkan luas pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan pada perusahaan yang lebih besar. Ungkapan yang menyatakan bahwa perusahaan

akan lebih mementingkan dalam pengembalian hutang ditolak oleh hasil penelitian ini. Hal ini disebabkan oleh pada perusahaan yang besar lebih mementingkan citra perusahaannya pada *stakeholder* dengan melakukan kegiatan tanggungjawab sosial dan lingkungan serta mencantumkannya dalam laporan tahunan perusahaan. Dengan itu citra perusahaan akan tetap baik, selanjutnya akan ada investor yang ingin menanamkan sahamnya di perusahaan tersebut. Sehingga perusahaan akan mampu melunasi hutangnya tanpa ada keterlambatan dan tetap melakukan aktivitas tanggungjawab sosial dan lingkungan guna menjaga citra perusahaannya.

4.2.4 *Leverage* Memoderasi Secara Positif Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini yaitu *Leverage* memoderasi secara positif pengaruh antara profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sub industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Berdasarkan hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) nilai signifikansi variabel selisih mutlak ukuran perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) lebih kecil dari pada 0.05 yaitu sebesar 0.039 dengan koefisien variabel 0.033 hal ini menunjukkan bahwa *Leverage* mampu memoderasi secara positif pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.

Hal tersebut selaras dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perlu adanya pertanggungjawaban perusahaan terhadap *stakeholder*. Dengan hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa perusahaan dengan nilai Profitabilitas yang tinggi yang berarti kemampuan mengembalikan labanya tinggi dengan tingkat

Leverage tinggi maka perusahaan tersebut memiliki hutang yang tinggi maka akan memiliki modal cukup yang akan digunakan untuk menghasilkan laba lebih besar sehingga perusahaan mampu mengembalikan hutang sebelum waktu jatuh tempo. Guna mempertahankan citra dan mempertanggungjawabkan kewajiban perusahaan ke *stakeholder* perusahaan akan mengungkapkan aktivitas tanggungjawab sosial dan lingkungannya dalam laporan tahunannya. Dengan begitu tidak akan menimbulkan kecemasan *stakeholder* dan perusahaan itu akan tetap menarik untuk investor menaruh sahamnya di perusahaan tersebut. Hal ini membuktikan bahwa dengan melakukan penungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan memberikan dampak positif yang lebih banyak kepada perusahaan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian dalam rangka pembahasan skripsi yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan Variabel *Leverage* sebagai Variabel Moderating” peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- 2) Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- 3) *Leverage* mampu memoderasi hubungan Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- 4) *Leverage* mampu memoderasi hubungan Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan analisis sesuai dengan kapasitas penelitian, maka penelitian mempunyai saran-saran sebagai berikut:

- 1) Perusahaan manufaktur sub industri dasar dan kimia harus meningkatkan tingkat profitabilitas yang dimiliki dan minimal menghasilkan laba secara stabil pada setiap periodenya yang meningkatkan kinerja CSR sehingga akan meningkatkan pengungkapan CSR lebih luas.

- 2) Perusahaan diharapkan mampu untuk mengatur dalam hal pemasaran untuk meningkatkan penjualan, manajemen SDM untuk meningkatkan pelayanan kepada *customer*.
- 3) Perusahaan harus mampu mengendalikan segala aktivitas operasionalnya agar dana dapat digunakan secara efektif dan efisien, seperti penyusunan perincian kebutuhan dana dalam satu tahun untuk kegiatan penjualan, produksi pemasaran, kegiatan sosial dan lain sebagainya.
- 4) Pemerintah diharapkan menetapkan peraturan yang lebih mengikat dan kuat mengenai pengungkapan CSR oleh perusahaan.
- 5) Penelitian selanjutnya diharapkan mampu menambahkan variabel independent yang lebih tepat dalam menghasilkan pengaruh baik yang lebih signifikan. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini, variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, I. R. (2013). *Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*.
- Andriani, S. M. (2017). *Hubungan Kepemilikan Institusional, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Disclosure*. Universitas Sanata Dharma.
- Aniela, Y. (2012). Peran Akuntansi Lingkungan Dalam Meningkatkan Kinerja. *Berkala Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 15-19.
- Anita, F., Basri, Y., & -, J. (2015). Pengaruh *Corporate Social Responsibility, Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Real Estate Dan Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013)*. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 2(2), 1–15.
- Asandimitra, N., & Rahayu, F. D. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Kebijakan Dividen Dan Cash Holding Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Manufaktur. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*.
- Aulia, F. Z., & Agustina, L. (2015). Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Kinerja Lingkungan, dan Liputan Media terhadap Environmental Disclosure. *Accounting Analysis Journal*, 4(3), 1–149. <https://doi.org/10.4324/9780429483998>
- Badjuri, A. (2011). Faktor-Faktor Fundamental, Mekanisme *Corporate Social Responsibility (CSR)* Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia. *Dinamika Keuangan Dan Perbankan*, 3(1), 38–54.
- Carnahan, S., Agarwal, R., & Campbell, B. (2010). The Effect of Firm Compensation Structures on the Mobility and Entrepreneurship of Extreme Performers. *Business*, 445(December 2008), 1–43. <https://doi.org/10.1002/smj>
- Daniri, A. (2016). Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. [Www.Menlh.Go.Id](http://www.Menlh.Go.Id).
- Dewa, G. P., Fachurrozie, & Utaminingsih, N. S. (2014). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Luas Pengungkapan Csr sebagai Variabel Moderasi. *Accounting Analysis Journal*, 3(1), 62–69. <https://doi.org/10.15294/aaj.v3i1.3911>
- Effendi, F. R. M., & Hapsari, D. W. (2015). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Pengungkapan

- Tanggungjawab Sosial Perusahaan. *E-Proceeding of Management*, 2(3), 3409–3416. <https://doi.org/10.3724/SP.J.1042.2014.01372>
- Falladhyta, A. (2018). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2016). In *Universitas Islam Indonesia*. <https://doi.org/10.22201/fq.18708404e.2004.3.66178>
- Fatkhiyatur, R. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Csr). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas*, 1–15. <https://doi.org/10.1117/12.969927>
- Fitriana. (2019). Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Penelitian Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia) Program Studi Keuangan Perbankan Universitas Komputer Indonesia. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan*.
- Haholongan, R. (2016). Kinerja Lingkungan dan Kinerja Ekonomi Perusahaan Manufaktur Go Public. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(3), 413. <https://doi.org/10.24914/jeb.v19i3.477>
- Hery, (2014). Kajian Riset Akuntansi Mengulas Berbagai Hasil Penelitian Terkini dalam Bidang Akuntansi dan keuangan. Jakarta: PT Gramedia.
- Indraswari, G. A. D., & Astika, I. B. P. (2017). *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan CSR*. 1, 450.3-451. <https://doi.org/10.1136/annrheumdis-2017-eular.3008>
- Irjayanti, D. P. P. (2014). *Pengaruh Kepemilikan Instutional, Umur Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Csr*. September.
- Janra, D. M. (2015). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, *Leverage*, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosialperusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2013). *E-Jurnal Akuntansi Universitas Negeri Padang*, 3(1), 15.
- Khairiah, A. (2018). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2016*. Universitas Sumatera Utara.

- Lawer, C. (2007). *Stockholders (Mainstream Accounting. 1996.*
- Lindawati, A. S. L., & Puspita, M. E. (2015). *Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 157–174.* <https://doi.org/10.18202/jamal.2015.04.6013>
- McWilliams, A. (2019). *7/13/2019 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Teori Perspektif Perusahaan. 26(1), 1–10.*
- Nahar, Y. (2015). *Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (Studi Terhadap Hubungan Perusahaan, Pemerintah dan Masyarakat di sekitar Wilayah Tambang). Academica, 06(02), 1359–1371.* <http://jurnal.untad.ac.id/jurnal/index.php/academica/article/view/4321>
- Nilasari, E. (2012). *Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing Dan Size Terhadap Csr Disclosure Perusahaan Tambang (Mining Sector) Yang Melakukan Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2012. Jurnal Universitas Dian Nuswantoro Semarang, 3, 1–20.*
- Nofitrianti. (2019). *Pengaruh Dewan Komisaris, Leverage, Sertifikasi Lingkungan, Agresivitas Pajak Dan Biaya Operasional Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. In Artikel Unnes.*
- 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/10.15294/aaj.v4i1.7829>
- Nuraeni, & Agus, E. (2013). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2009-2012). Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689–1699.* <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Oktavianawati, L. (2018). *Faktor - Faktor yang Memengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Universitas Negeri Semarang.*
- Pradnyani, I., & Sisdyani, E. (2015). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Dewan Komisaris Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. E-Jurnal Akuntansi Universitas Negeri Padang, 11(2), 384–397.*
- Purnasiwi, J. (2019). *Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689–1699.*

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Purwanto, A. (2011). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility. *Universitas Diponegoro*, 8(1), 12–29.
- Putra Reki, Manik Tumpal, & Inge, S. M. L. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Tipe Industri, Kepemilikan Manajemen, Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2016. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji*, 1–18.
- Putri, R. A., & Christiawan, Y. J. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Business Accounting Review*, 2(1), 2014.
- Putri, R. K., Kurnia, P., & Zulfahridar. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Dan Basis Kepemilikan Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode Tahun 2012-2014. *Implementation Science*, 1-15.
- Rahayu, P. (2015). *Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013* (Vol. 1, Issue 5). Universitas Negeri Semarang.
- Riantani, S., & Nurzamzam, H. (2015). Analysis of Company Size, Financial Leverage, and Profitability and Its Effect To CSR Disclosure. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 6(2), 453–463.
- Rina, R. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Industri Perbankan Di Indonesia. Seminar Nasional Dan Call For Paper, 27-32.
- Rizki, R., Afrizal, & Arum, E. D. P. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajemen Serta Kepemilikan Institusional, Profitabilitas Dan Kinerja Lingkungan (Environmental Performance) Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Periode 2015-2017). *Jurnal Akuntansi Pascasarjana Universitas Jambi*, 34–44.
- Sari, A. R., Sutrisno, & Sukoharsono, E. G. (2013). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Komposisi Dewan Komisaris, Kinerja Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di dalam Sustainability Report pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Aplikasi*

Manajemen, 11(3), 481–491.

Sayidah, N. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 1(2). <https://doi.org/10.25139/jaap.v1i2.144>

Susilaningrum, C. (2016). Pengaruh Return on Assets, Rasio Likuiditas, Dan Rasio Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Csr) Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Profita*, 8(1), 1–17.

Susilatri, Agusti, R., & Indriani, D. (2011). *Pengaruh Leverage, Profitabilitas, size, umur perusahaan dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan*. 421–428.

Susilo, D. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Dan Good Corporate Governance Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia Periode 2011-2014. *Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta*.

Trisnawati, R. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Industri Perbankan di Indonesia. *Seminar Nasional Dan Call For Paper, October*, 27–32.

Utami, I. D. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing, Dan Umur Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* Disclosure Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Fakultas Ekonomi UMS*, 1–23.

Utami, Novia Widya. (2018). Mengenal Teori Signaling dalam Struktur Modal & Hubngannya dengan Rasio Keuangan. *Jurnal Entrepreneur*. diakses 24 juli 2020 pukul 21:18. Semarang

Viviliana, M. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.

Yosefa, S., & Wondabio, dudovicus sensi. (2007). Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient. *Response*, 1–35.

Yuliawati, R., Jurusan Akuntansi, S., Ekonomi, F., & Negeri Semarang, U. (2015). Accounting Analysis Journal Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Accounting Analysis*

Journal, 4(4), 1–9. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/aaj>

Zanny, S. A., & Kartawijaya, I. (2016). Analisis Pengungkapan Triple Bottom Linedan Faktor yang Mempengaruhi; Lintas Negara Indonesia dan Jepang. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 1(1), 21–22. <https://doi.org/10.7454/jvi.v1i1.4>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Sampel Perusahaan

NO.	KODE	Nama Perusahaan
1	AKPI	Alaska Industrindo Tbk
2	ALKA	Alumindo Light Metal Industri Tbk
3	ALMI	Asahimas Flat Glass Tbk
4	AMFG	Semen Indonesia (Perseroan)
5	APLI	Asiaplast Industries Tbk
6	ARNA	Arwana Citramulia Tbk
7	BAJA	Saranacentral Bajatama Tbk
8	BRPT	Barito Pasifik Tbk
9	CTBN	Citra Tubindo Tbk
10	DPNS	Duta Pertiwi Nusantara Tbk
11	INCI	Lionmesh Prima Tbk
12	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk
13	INRU	Toba Pulp Lestari Tbk
14	IPOL	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk.
15	KDSI	Kedawung Setia Industri Tbk
16	KIAS	Keramik Indonesia Assosiasi Tbk
17	KRAS	Krakatau Steel Tbk
18	MAIN	Madusari Murni Indah Tbk
19	MLIA	Tridomain Performance Materials Tbk
20	NIKL	Mulia Industrindo Tbk
21	SIPD	Sinergi Inti Plastindo Tbk
22	SMBR	Holcim Indonesia Tbk
23	SMCB	Suparma Tbk
24	SRSN	Satyamitra Kemas Lestari Tbk
25	TIRT	Surya Toto Indonesia Tbk
26	TKIM	Central Ptroeina Prima Tbk
27	TOTO	Trias Sentosa Tbk
28	TRST	Waskita Beton Pecast Tbk
29	WTON	Singaraja Putra Tbk
30	YPAS	Yana Prima Hasta persada Tbk

Lampiran 2. 91 Indikator Pengungkapan CSR berdasarkan GRI G4

KATEGORI EKONOMI		
-Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan
	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program
	EC4	Bantuan financial yang diterima dari Pemerintah
-Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
-Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
-Praktek Pengadaan	EC9	Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan
KATEGORI LINGKUNGAN		
-Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau Volume

	EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
-Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN4	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN5	Intensitas Energi
	EN6	Pengurangan konsumsi energi
-Air	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN9	Sumber air yang secara signifika dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
-Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan

	EN14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
-Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)
	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN21	NOX, SOX, dan emisi udara signifikan lainnya
-Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tambahan signifikan

	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel 2 lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkait dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi
-Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap lingkungan produk dan jasa
	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
-Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpastian terhadap UU dan peraturan lingkungan

-Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja
-Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis perlindungan lingkungan
-asesmen pemasok atas lingkungan	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
-mekanisme pengaduan masalah lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
<p>KATEGORI SOSIAL</p> <p>SUB-KATEGORI: PRAKTEK K E T E N A G A K E R J A A N D A N</p> <p>KENYAMANAN BEKERJA</p>		
-Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah

	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paru waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut jender
-Hubungan industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
-kesehatan dan Keselamatan Kerja VV	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
	LA7	Pekerja yang sering terkena atau beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka

	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
-Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender dan menurut kategori karyawan
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
	LA11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
-keberagaman dan kesetaraan peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
-Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan

-Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang di ajukan, di tangani, dan di selesaikan melalui pengaduan resmi.
SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA		
-Investasi	HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih

-Non-diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil
-kebebasan berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja sama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
-pekerja anak	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
-pekerja paksa atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja

-praktik pengamanan	HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia diorganisasi yang relevan dengan operasi
-hak adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
-Asesmen	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia
-asesmen pemasok atas hak asasi manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
	HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
-Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal

SUB-KATEGORI: MASYARAKAT		
-Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
-Anti-Korupsi	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
-Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
-Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait Anti Persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
-Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-

<p>-Asesmen Pemasok Atas</p> <p>Dampak Terhadap Masyarakat</p>	SO9	<p>Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat</p>
	SO10	<p>Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil</p>
<p>-Mekanisme Pengaduan</p> <p>Dampak Terhadap Masyarakat</p>	SO11	<p>Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi</p>
SUB-KATEGORI: TANGGUNGJAWAB ATAS PRODUK		
<p>-kesehatan keselamatan pelanggan</p>	PR1	<p>Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan</p>
	PR2	<p>Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis</p>

-Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
	PR4	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
-Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
	PR7	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil

-Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
-Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait

Lampiran 3. Daftar Pengolahan Data Ukuran Perusahaan
TABULASI UKURAN PERUSAHAAN

NO.	KODE	Nama Perusahaan	UKURAN PERUSAHAAN/LOG ASET		
			2016	2017	2018
1	AKPI	Alaska Industrindo Tbk	7	7	7
2	ALKA	Alumindo Light Metal Industri Tbk	6	6	6
3	ALMI	Asahimas Flat Glass Tbk	7	7	7
4	AMFG	Semen Indonesia (Perseroan)	7	7	7
5	APLI	Asiaplast Industries Tbk	6	6	6
6	ARNA	Arwana Citramulia Tbk	7	7	7
7	BAJA	Saranacentral Bajatama Tbk	6	6	6
8	BRPT	Barito Pasifik Tbk	8	8	9
9	CTBN	Citra Tubindo Tbk	7	7	7
10	DPNS	Duta Pertiwi Nusantara Tbk	6	6	6
11	INCI	Lionmesh Prima Tbk	6	6	6
12	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk	8	9	9
13	INRU	Toba Pulp Lestari Tbk	7	7	7
14	IPOL	Indocement Tunggal Prakarsa Tbk.	7	7	7
15	KDSI	Kedawung Setia Industri Tbk	7	7	7
16	KIAS	Keramik Indonesia Assosiasi Tbk	7	7	7
17	KRAS	Krakatau Steel Tbk	8	8	8
18	MAIN	Madusari Murni Indah Tbk	7	7	7
19	MLIA	Tridomain Performance Materials Tbk	7	7	7
20	NIKL	Mulia Industrindo Tbk	7	7	7
21	SIPD	Sinergi Inti Plastindo Tbk	7	7	7
22	SMBR	Holcim Indonesia Tbk	7	7	7
23	SMCB	Suparma Tbk	8	8	8
24	SRSN	Satyamitra Kemas Lestari Tbk	6	6	6
25	TIRT	Surya Toto Indonesia Tbk	6	6	6
26	TKIM	Central Ptroeina Prima Tbk	8	8	8
27	TOTO	Trias Sentosa Tbk	7	7	7
28	TRST	Waskita Beton Pecast Tbk	7	7	7
29	WTON	Singaraja Putra Tbk	7	7	7
30	YPAS	Yana Prima Hasta persada Tbk	6	6	6

Lampiran 4. Daftar Pengolahan Data Profitabilitas
TABULASI PROFITABILITAS

NO.	KODE	Nama Perusahaan	PROFITABILITAS/ROA		
			2016	2017	2018
1	AKPI	Alaska Industrindo Tbk	2	0,49	0,18
2	ALKA	Alumindo Light Metal Industri Tbk	0,38	5,05	9,99
3	ALMI	Asahimas Flat Glass Tbk	-4,64	0,36	0,53
4	AMFG	Semen Indonesia (Perseroan)	4,73	0,62	-1,11
5	APLI	Asiaplast Industries Tbk	7,89	-0,33	-2,69
6	ARNA	Arwana Citramulia Tbk	5,92	7,63	9,57
7	BAJA	Saranacentral Bajatama Tbk	3,5	-2,43	-6,07
8	BRPT	Barito Pasifik Tbk	10,88	7,68	3,21
9	CTBN	Citra Tubindo Tbk	-0,58	-8,11	-6,23
10	DPNS	Duta Pertiwi Nusantara Tbk	3,38	1,93	2,63
11	INCI	Lionmesh Prima Tbk	3,71	5,45	4,76
12	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk	2,95	5,41	5,92
13	INRU	Toba Pulp Lestari Tbk	11,05	7,3	0,11
14	IPOL	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk.	2,3	0,72	0,72
15	KDSI	Kedawung Setia Industri Tbk	4,13	5,19	4,02
16	KIAS	Keramik Indonesia Assosiasi Tbk	-13,58	-4,83	-4,55
17	KRAS	Krakatau Steel Tbk	-4,59	-2,09	-0,91
18	MAIN	Madusari Murni Indah Tbk	7,4	1,2	4,29
19	MLIA	Tridomain Performance Materials Tbk	0,12	0,92	2,82
20	NIKL	Mulia Industrindo Tbk	2,11	0,9	-2,53
21	SIPD	Sinergi Inti Plastindo Tbk	0,51	-29,91	0,83
22	SMBR	Holcim Indonesia Tbk	5,93	2,9	0,75
23	SMCB	Suparma Tbk	-3,53	-10,53	-9,65
24	SRSN	Satyamitra Kemas Lestari Tbk	1,54	2,71	4,68
25	TIRT	Surya Toto Indonesia Tbk	3,55	0,12	-6,38
26	TKIM	Central Ptroeina Prima Tbk	0,31	1,06	8,45
27	TOTO	Trias Sentosa Tbk	6,53	9,87	8,11
28	TRST	Waskita Beton Pecast Tbk	1,03	1,15	0,76
29	WTON	Singaraja Putra Tbk	6,04	4,82	3,6
30	YPAS	Yana Prima Hasta persada Tbk	-3,9	-4,78	-1,41

Lampiran 5. Daftar Pengolahan Data *Leverage*TABULASI *LAVERAGE*

NO.	KODE	Nama Perusahaan	<i>LAVERAGE/DER</i>		
			2016	2017	2018
1	AKPI	Alaska Industrindo Tbk	1,34	1,44	1,48
2	ALKA	Alumindo Light Metal IndustriTbk	1,24	2,89	1,75
3	ALMI	Asahimas Flat Glass Tbk	4,66	5,27	9,05
4	AMFG	Semen Indonesia (Perseroan)	0,53	0,77	1,35
5	APLI	Asiaplast Industries Tbk	0,28	0,75	1,02
6	ARNA	Arwana Citramulia Tbk	0,63	0,56	0,51
7	BAJA	Saranacentral Bajatama Tbk	4	4,5	7,78
8	BRPT	Barito Pasifik Tbk	0,77	0,81	1,48
9	CTBN	Citra Tubindo Tbk	0,35	0,42	0,5
10	DPNS	Duta Pertiwi Nusantara Tbk	0,12	0,15	0,19
11	INCI	Lionmesh Prima Tbk	0,11	0,13	0,17
12	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk	1,44	1,37	1,36
13	INRU	Toba Pulp Lestari Tbk	1,09	1,07	1,38
14	IPOL	Indocement Tunggal Prakarsa Tbk.	0,81	0,8	0,8
15	KDSI	Kedawang Setia Industri Tbk	1,72	1,74	1,46
16	KIAS	Keramik Indonesia Assosiasi Tbk	0,22	0,24	0,29
17	KRAS	Krakatau Steel Tbk	1,14	1,22	1,4
18	MAIN	Madusari Murni Indah Tbk	1,13	1,39	1,3
19	MLIA	Tridomain Performance Materials Tbk	3,79	1,96	1,67
20	NIKL	Mulia Industrindo Tbk	1,99	2,03	0,7
21	SIPD	Sinergi Inti Plastindo Tbk	1,25	1,83	1,65
22	SMBR	Holcim Indonesia Tbk	0,4	0,48	0,58
23	SMCB	Suparma Tbk	-1,44	-3,86	-3,33
24	SRSN	Satyamitra Kemas Lestari Tbk	0,78	0,57	0,53
25	TIRT	Surya Toto Indonesia Tbk	5,43	5,94	11,84
26	TKIM	Central Ptroeina Prima Tbk	1,66	1,59	1,37
27	TOTO	Trias Sentosa Tbk	0,69	0,67	0,49
28	TRST	Waskita Beton Pecast Tbk	0,7	0,69	0,77
29	WTON	Singaraja Putra Tbk	0,87	1,57	1,65
30	YPAS	Yana Prima Hasta persada Tbk	0,97	1,39	1,82

Lampiran 6. Daftar Pengolahan Data CSR**Pengungkapan CSR**

NO.	KODE	Nama Perusahaan	2016	2017	2018
1	AKPI	Alaska Industrindo Tbk	33	31	30
2	ALKA	Alumindo Light Metal Industri Tbk	22	22	20
3	ALMI	Asahimas Flat Glass Tbk	30	15	15
4	AMFG	Semen Indonesia (Perseroan)	38	23	20
5	APLI	Asiaplast Industries Tbk	14	8	8
6	ARNA	Arwana Citramulia Tbk	37	13	14
7	BAJA	Saranacentral Bajatama Tbk	45	20	17
8	BRPT	Barito Pasifik Tbk	51	20	20
9	CTBN	Citra Tubindo Tbk	45	16	16
10	DPNS	Duta Pertiwi Nusantara Tbk	34	19	18
11	INCI	Lionmesh Prima Tbk	29	22	22
12	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk	15	16	16
13	INRU	Toba Pulp Lestari Tbk	41	27	26
14	IPOL	Indocement Tunggal Prakarsa Tbk.	55	35	30
15	KDSI	Kedawung Setia Industri Tbk	25	22	22
16	KIAS	Keramik Indonesia Assosiasi Tbk	3	3	3
17	KRAS	Krakatau Steel Tbk	31	29	27
18	MAIN	Madusari Murni Indah Tbk	15	13	13
19	MLIA	Tridomain Performance Materials Tbk	13	12	12
20	NIKL	Mulia Industrindo Tbk	5	4	5
21	SIPD	Sinergi Inti Plastindo Tbk	29	27	26
22	SMBR	Holcim Indonesia Tbk	49	47	48
23	SMCB	Suparma Tbk	35	31	34
24	SRSN	Satyamitra Kemas Lestari Tbk	34	32	31
25	TIRT	Surya Toto Indonesia Tbk	10	8	10
26	TKIM	Central Ptroeina Prima Tbk	21	19	20
27	TOTO	Trias Sentosa Tbk	22	20	20
28	TRST	Waskita Beton Pecast Tbk	26	24	26
29	WTON	Singaraja Putra Tbk	21	20	21
30	YPAS	Yana Prima Hasta persada Tbk	21	19	20

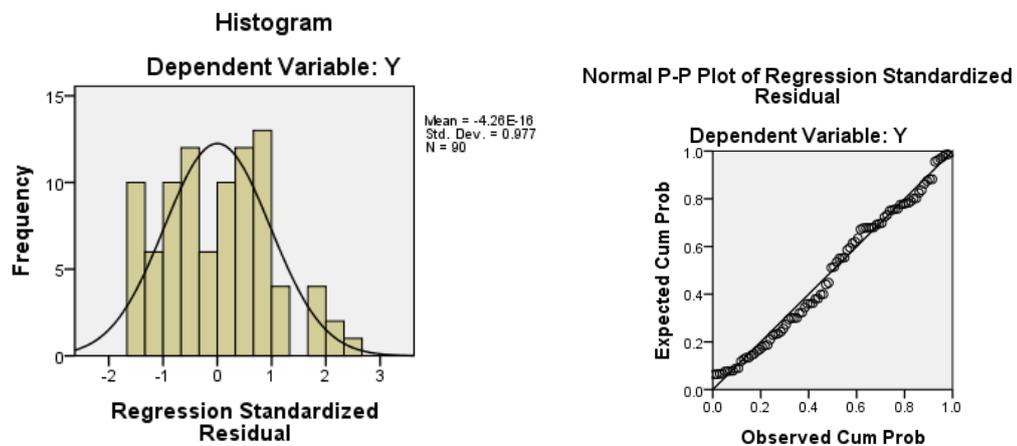
Lampiran 7. Hasil Output SPSS

a) Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran Perusahaan	90	6.00	9.00	6.9333	.73132
Profitabilitas	90	-29.91	11.05	1.2438	5.83150
Leverage	90	-3.86	11.84	1.4673	2.08519
CSR	90	.03	.60	.2931	.14446
Valid N (listwise)	90				

b) Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.12943432
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069

	Negatif	-.065
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

2. Uji Multikolinieritas

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)					
	Zscore(X1)	.002	.018	.016	.908	1.101
	Zscore(X2)	.095	.229	.211	.919	1.088
	ZX1_ZM	.352	.250	.232	.712	1.404
	ZX2_ZM	.321	.222	.204	.674	1.484

3. Uji Autokorelasi

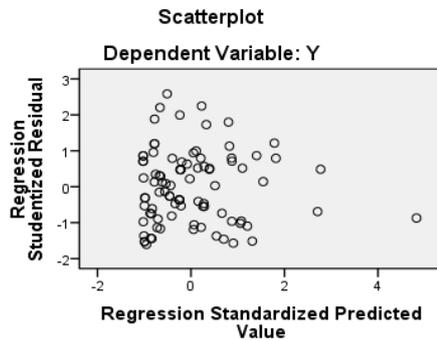
Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.00434
Cases < Test Value	45
Cases >= Test Value	45
Total Cases	90
Number of Runs	43
Z	-.636
Asymp. Sig. (2-tailed)	.525

- a. Median

4. Uji Heteroskedastisitas

a. Scatterplot



c) **Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA), Uji t dan Uji Pengaruh Moderasi**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.224	.021		10.730	.000
	Zscore(X1)	.002	.015	.017	.167	.868
	Zscore(X2)	.032	.015	.220	2.166	.033
	ZX1_ZM	.034	.014	.275	2.385	.019
	ZX2_ZM	.033	.016	.248	2.098	.039

d) **Koefisien Determinasi**

- **Koefisien Determinasi R²**

Variabels Entered/Removed ^a			
Model	Variabels Entered	Variabels Removed	Method
1	ZX2_ZM, Zscore(X1), Zscore(X2), ZX1_ZM ^b		Enter

a. Dependent Variabel: Y

All requested variabels entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.444 ^a	.197	.159	.13244	1.734

a. Predictors: (Constant), ZX2_ZM, Zscore(X1), Zscore(X2), ZX1_ZM

b. Dependen : Y

- **Koefisien Determinasi r^2**

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)					
	Zscore(X1)	.002	.018	.016	.908	1.101
	Zscore(X2)	.095	.229	.211	.919	1.088
	ZX1_ZM	.352	.250	.232	.712	1.404
	ZX2_ZM	.321	.222	.204	.674	1.484