



**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
(Pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia Tahun 2016-
2018)**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Universitas Negeri Semarang**

Oleh

Adi Nugroho

NIM 7211413185

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

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

Hari : KAMIS
Tanggal : 30 APRIL 2020

Menyetujui,

Pembimbing I



Drs. Heri Yanto, MBA, Ph. D.
NIP. 196307181987021001

Pembimbing II



Drs. Subowo, M.Si.
NIP. 195504161984031003



Mengesahkan
Ketua Jurusan Akuntansi

Kiswandi, S.E., M. Si., CMA, CIBA, CERA
NIP. 198309012008121002

PENGESAHAN KELULUSAN

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

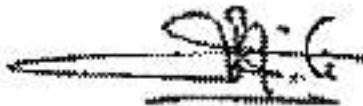
Hari : JUMAT

Tanggal : 15 MEI 2020

Penguji I

Agung Yulianto, S.Pd, M.Si
NIP. 197407072003121002

Penguji II



Drs. Heri Yanto, MBA, Ph. D.
NIP. 196307181987021001

Penguji II



Drs. Subowo, M.Si.
NIP. 195504161984031003



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Heri Yanto, MBA, Ph. D.
NIP. 196307181987021001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adi Nugroho
NIM : 7211413185
Tempat Tanggal Lahir : Purworejo, 28 Juli 1995
Alamat : Sejiwan Tegal RT 04/02, Desa Trirejo,
Kecamatan Loano, Kabupaten Purworejo,
Jawa Tengah, Indonesia

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 oranglain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 27 Maret 2020



Adi Nugroho
NIM 7211413185

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“What you react to in others, you strengthen in yourself”
(Eckhart Tolle)

“Konfirmasi sebelum berasumsi, karena akan menghasilkan persepsi yang bisa mempengaruhi emosi dan akhirnya ke aksi”
(anonymous)

Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan sebagai ungkapan
terimakasih kepada:

1. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan do'a, kasih sayang dan dukungan
2. Keluarga besarku
3. Almamaterku Universitas Negeri Semarang

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M. Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang atas kesempatan yang telah diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan Studi Strata Satu di Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Heri Yanto, MBA, Ph. D, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah mengesahkan skripsi ini.
3. Kiswanto, S. E., M. Si., CMA, CIBA, CERA, Ketua Jurusan Akuntansi yang telah memberikan fasilitas dan pelayanan selama studi.
4. Drs. Heri Yanto, MBA, Ph. D. dan Drs. Subowo, M.Si, sebagai dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan pengarahan hingga selesainya skripsi ini.

5. Seluruh Dosen beserta staf Jurusan Akuntansi Universitas Negeri Semarang, yang telah memberikan kemudahan administrasi dalam perijinan pelaksanaan penelitian.
6. Bapak dan Ibu tercinta, terima kasih atas segala kepercayaan, kasih sayang, dukungan, materi serta do'a yang tidak pernah putus.
7. Bekti Wulandari, S.psi, yang selalu menemani, memberi dukungan, dan semangat kepada saya dengan penuh kasih sayang dan kesabaran.
8. Teman seperjuangan mahasiswa Akuntansi 2013 yang senantiasa memberi dukungan dan membantu pelaksanaan penelitian.
9. Semua pihak terkait dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak pada umumnya dan bagi mahasiswa pendidikan pada khususnya.

Semarang, 27 Maret 2020



Adi Nugroho
NIM 7211413185

SARI

Nugroho, Adi 2020. “Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr)”. Skripsi. Jurusan Akuntansi S1. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I. . II.

Kata kunci : Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik, Ukuran Dewan Komisaris, dan CSR

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai konsep akuntansi yang baru merupakan transparansi pengungkapan sosial atas aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan yang tidak hanya berfokus pada single bottom line yaitu tanggung jawab perusahaan yang hanya berfokus pada kondisi keuangan saja, namun harus berfokus pada triple bottom line yaitu tanggung jawab perusahaan yang harus berfokus pada aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti secara empiris pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018 sebanyak 468 perusahaan. Sampel penelitian ini terdiri dari 126 perusahaan manufaktur dengan karakteristik pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diambil dari annual reports. Metode analisis hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik analisis statistik deskriptif, dengan pengujian analisis regresi linear berganda dengan tingkat signifikansi 0,05.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Namun, ukuran dewan komisaris berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada laporan keuangan tahunan perusahaan.

ABSTRACT

Nugroho, Adi 2020. "Analysis of Factors Affecting Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure". Essay. Department of Accounting S1. Faculty of Economics. Semarang State University. Advisor I. II.

Keywords: Profitability, Leverage, Company Size, Public Share Ownership, Board of Commissioners Size, and CSR

Corporate Social Responsibility (CSR) as a new accounting concept is a transparency of social disclosure of social activities carried out by companies that not only focus on single bottom line, namely corporate responsibility that focuses only on financial conditions, but must focus on the triple bottom line, namely responsibility responsible companies that must focus on economic, social and environmental aspects. This study aims to obtain empirical evidence of the effect of profitability, leverage, company size, public share ownership, and board of commissioner size on the disclosure of corporate social responsibility in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2016-2018.

The population in this research is manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2016-2018 period were 468 companies. The research sample consisted of 126 manufacturing companies with sample selection characteristics using a purposive sampling method. This study uses secondary data taken from annual reports. The hypothesis analysis method used in this study is the classical assumption test of descriptive statistical analysis, by testing multiple linear regression analysis with a significance level of 0.05.

The results of this study indicate that profitability, leverage, company size, public share ownership, have no effect on corporate disclosure social responsibility. However, the size of the board of commissioners significantly and positively influences the disclosure of corporate social responsibility in the company's annual financial statements.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
SARI.....	viii
ABSTRAK.....	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. Cakupan Masalah.....	8
1.3. Rumusan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Orisinalitas Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	11
2.1. Kajian Teori Utama (<i>Grand Theory</i>).....	11
2.1.1. Teori Agensi.....	11
2.1.2. Teori Legitimasi.....	13

2.1.3. Teori Stakeholder	18
2.2. Kajian Variabel Penelitian	22
2.2.1. Corporate Social Responsibility	22
2.2.2. Profitabilitas	24
2.2.3. Leverage	25
2.2.4. Ukuran Perusahaan	27
2.2.5. Kepemilikan Saham Publik	29
2.2.6. Ukuran Dewan Komisaris	31
2.3. Kajian Penelitian Terdahulu	32
2.4. Kerangka Berfikir	38
2.5. Hipotesis Penelitian	39
2.5.1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility	39
2.5.2. Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility	40
2.5.3. Pengaruh Firm Size terhadap Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility	42
2.5.4. Pengaruh Kepemilikan Saham Public terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility	43
2.5.5. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1. Jenis dan Desain Penelitian	47
3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	48
3.2.1. Populasi.....	48
3.2.2. Sampel.....	49
3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel	50
3.3. Variabel Penelitian	51

3.3.1. Variabel Dependen.....	51
3.3.2. Variabel Independen	52
3.3.2.1. Profitabilitas	52
3.3.2.2. Leverage	53
3.3.2.3. Ukuran Perusahaan	53
3.3.2.4. Kepemilikan Saham Publik	54
3.3.2.5. Ukuran Dewan Komisaris	55
3.4. Metode Pengumpulan Data	55
3.5. Teknik Analisis Data	56
3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif	56
3.5.2. Pengujian Asumsi Klasik	56
3.5.2.1. Uji Normalitas	56
3.5.2.2. Uji Multikolinearitas	57
3.5.2.3. Uji Autokorelasi	58
3.5.2.4. Uji Heteroskedastisitas	59
3.5.3. Analisis Regresi Linear Berganda	59
3.5.4. Uji Hipotesis	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1. Hasil Penelitian	62
4.1.1. Deskripsi Objek Penelitian	62
4.1.2. Analisis Statistik Deskriptif	62
4.1.2.1. Uji Normalitas Data	66
4.1.2.2. Uji Multikolinearitas	68
4.1.2.3. Uji Autokorelasi	69
4.1.2.2. Uji Heteroskedastisitas	70
4.1.3. Analisis Regresi Linear Berganda	71
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian	76

4.2.1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility	76
4.2.2. Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility	77
4.2.3. Pengaruh Firm Size terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility	78
4.2.4. Pengaruh Kepemilikan Saham Public terhadap Corporate Social Responsibility	79
4.2.5. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Corporate Social Responsibility	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	83
5.1. Simpulan	83
5.2. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Kriteria Pengambilan Sampel	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	46
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur.....	91
Lampiran 2: 91 Indikator Berdasarkan GRI G4.....	92
Lampiran 3: Daftar Nilai CSR Perusahaan	106
Lampiran 4: Daftar Nilai Profitabilitas	107
Lampiran 5: Daftar Nilai Leverage	108
Lampiran 6: Daftar Nilai Ukuran Perusahaan.....	109
Lampiran 7: Daftar Nilai Kepemilikan Saham Publik.....	110
Lampiran 8: Daftar Nilai Ukuran Dewan Komisaris	111

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Semua perusahaan pasti menginginkan adanya laba bagi perusahaan tersebut, maka dari itu setiap perusahaan akan membangun citra baik di lingkungan masyarakat dengan memberikan tanggung jawab sosial atau yang disebut CSR (*Corporate Social Responsibility*). Saat ini perusahaan dari berbagai sektor bisnis di Indonesia sebagian besar telah mengklaim bahwa perusahaan yang mereka dirikan telah melaksanakan kewajiban sosialnya terhadap lingkungan sekitar atau masyarakat, oleh karena itu sebagian besar perusahaan tersebut melakukan pengungkapan CSR untuk memotivasi sebagai peningkatan kepercayaan publik terhadap pencapaian usaha perbaikan terhadap lingkungan perusahaan tersebut (Reni, 2006).

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai konsep akuntansi yang baru merupakan transparansi pengungkapan sosial atas aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan yang tidak hanya berfokus pada *single bottom line* yaitu tanggung jawab perusahaan yang hanya berfokus pada kondisi keuangan saja, namun harus berfokus pada *triple botton line* yaitu tanggung jawab perusahaan yang harus berfokus pada aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.

Perbedaan dalam mengartikan CSR disetiap perusahaan akan memberikan dampak perbedaan implementasi CSR antar perusahaan, hal tersebut tergantung pada setiap perusahaan mengartikan CSR. Tidak ada sanksi khusus yang diberikan oleh *stakeholder* dan pengaruh langsung

terhadap perusahaan tersebut jika tidak dilakukannya pelaporan CSR, karena hal tersebut bersifat sukarela. Akan tetapi dari sinilah CSR di Indonesia harus diatur, CSR yang awal mula bersifat *voluntary* perlu adanya peningkatan menjadi CSR yang bersifat *mandatory* (Tanudjaja, 2009).

Suatu perusahaan yang baik adalah perusahaan yang selalu bertanggung jawab terhadap konsumen dan karyawannya, serta memperhatikan lingkungan sekitar perusahaan tersebut dengan cara melakukan kegiatan sosial dan memberikan bantuan pada lingkungan sekitar perusahaan dan masyarakat sekitarnya, kegiatan ini dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* yang biasa disingkat CSR.

Perusahaan di Indonesia yang paling besar dan sampai saat ini menjadi suatu sorotan karena penerapan CSR-nya adalah PT. Freeport Indonesia. PT. Freeport Indonesia bergerak pada bidang pertambangan yang berada di daerah Papua. Perusahaan tersebut sudah mulai beroperasi pada tahun 1969. Peneliti menemukan temuan pada Kompas.com (2015) bahwa PT. Freeport Indonesia menjalankan program tanggung jawab sosial (CSR) di Papua dengan fokus pada kesehatan, pendidikan, infrastruktur dan pengembangan ekonomi di lingkungan sekitar. Freeport ikut berkontribusi meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat. Pada bidang ekonomi Freeport membina 118 pengusaha lokal dengan 1.036 lapangan pekerjaan baru, dalam bidang kesehatan PT Freeport telah mencatatkan 170.000 kunjungan pasien ke fasilitas kesehatan yang dibangun dan dibiayai.

Selanjutnya dalam bidang pendidikan, Freeport telah memberikan 650 beasiswa pertahun untuk warga Papua melalui LPMK. Adapun pembangunan infrastruktur yang dilakukan di Timika contohnya berupa Bandara Internasional Mozes Kilangin, Rumah Sakit Mitra Masyarakat, Jembatan Pomako, Kompleks Olahraga Mimika, Fasilitas Air Minum dan bantuan pembangunan Kantor Pemerintahan Kabupaten Mimika. Dalam temuan tersebut di sebutkan bahwa PT Freeport Indonesia mendapatkan apresiasi pada acara Top CSR Award 2018 dengan meraih tiga penghargaan sekaligus (Kompas.com, 2015).

Selain temuan mengenai penerapan CSR yang baik pada PT Freeport Indonesia, peneliti juga menemukan temuan kasus mengenai PT yang memberikan dampak kurang baik bagi lingkungan sekitar contohnya adalah PT. Lapindo Brantas yang kehilangan citra positif dikarenakan proyek yang dilakukan oleh perusahaan tersebut mengalami kesalahan teknis saat melakukan pengeboran, sehingga terjadi penyempuran lumpur panas didaerah Porong, Sidoarjo pada 26 Mei 2006.

Pada awal tahun ini terdapat sebuah kasus dimana dua perusahaan manufaktur di Jawa Barat tidak melakukan prosedur yang sesuai dengan aturan yang ditetapkan yaitu pengelolaan limbah pabrik. Dua perusahaan ini yaitu PT Kamarga Kurnia Textile Industri (KKTII) dan PT How Are You Indonesia (HAYI). Dua perusahaan ini telah dilaporkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) atas pencemaran lingkungan pada sungai Citarum karena membuang limbah pabrik pada sungai tersebut.

Sampai pada Pengadilan Negeri Jakarta Utara, KLHK memenangkan gugatan tersebut dan dua perusahaan tersebut telah dijatuhi hukuman membayar ganti rugi sebesar Rp. 16,263 Miliar. Hal ini tentu sangat merugikan perusahaan dalam berbagai segi. Selain dari segi keuangan dimana harus membayar ganti rugi, nama perusahaan tersebut juga ikut memburuk dimata para investor dan para pemegang saham.

Secara teoritis, CSR dapat diartikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholders* terutama masyarakat sekitar yang berada di wilayah kerjanya. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR adalah mengedepankan prinsip moralitas, yakni menggapai suatu hasil terbaik tanpa merugikan masyarakat sekitar (Febrina dan Suaryana, 2011). *Corporate Social Responsibility* sebagai konsep akuntansi yang baru adalah transparansi pengungkapan sosial atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dimana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi keuangan perusahaan tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan aktivitas perusahaan (Rakhiemah dan Agustia, 2009). Dari dua pernyataan tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa CSR adalah suatu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar dimana tidak hanya mengedepankan masalah keuangan, tetapi juga bertanggung jawab atas apa yang ada dilingkungan tempat perusahaan tersebut berdiri. Selain itu dengan CSR tersebut perusahaan dapat menunjukkan rasa kepedulian terhadap lingkungan sekitar

sebagai suatu kewajiban dan apresiasi terhadap lingkungan sekitar dengan menjaga kesehatan dan kebersihan agar warga disekitar perusahaan tetap sehat dan mempunyai lingkungan yang bersih.

Perusahaan yang menerapkan CSR dengan baik dan tepat tidak hanya akan mendapatkan keuntungan moril, tetapi akan mendapatkan dukungan dari masyarakat sekitar dimana perusahaan tersebut berdiri. Saat ini banyak perusahaan yang mendapatkan protes dari masyarakat sekitar lantaran perusahaan tersebut tidak memperhatikan lingkungan sekitar. Bahkan banyak perusahaan yang dituntut lantaran tidak menerapkan CSR dengan tepat.

Seiring berjalannya waktu CSR akhirnya diterima sebagai tanggung jawab sosial dalam sebuah perusahaan. Akan tetapi selain pernyataan tersebut diterima kalangan luas, masih tetap ada kontroversial yang terjadi, baik dari kalangan pebisnis ataupun akademisi. Kelompok yang memberikan penolakan tersebut memberikan argumen bahwa perusahaan adalah organisasi pencari laba dan bukan kumpulan orang ataupun organisasi sosial yang perlu memperhatikan lingkungan sekitar. Dalam argumen tersebut disebutkan bahwa perusahaan telah membayarkan pajak kepada Negara, sehingga tanggung jawab dalam peningkatan kesejahteraan umum sepenuhnya telah ditanggihkan kepada pemerintah, sebaliknya kelompok yang lain menerima pendapat bahwa perusahaan tidak hanya harus mementingkan kepentingan *financial* saja akan tetapi juga harus memperhatikan kesejahteraan terhadap pemilik, karyawan, umum dan

khususnya masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan tersebut (Saidi dan Abidin, 2004).

Menurut Puspitasari (2009) menyatakan bahwa penyajian laporan tahunan perusahaan sedikit banyak dipengaruhi oleh kondisi setiap perusahaan. Kondisi tersebut dapat dilihat dari ukuran perusahaan, tipe perusahaan dan profitabilitas suatu perusahaan. Selain kondisi dan faktor yang terjadi dari setiap perusahaan, tentunya juga terdapat dampak sosial yang ditimbulkan oleh masing-masing perusahaan tersebut. Dampak sosial tersebut akan berbeda dari masing-masing perusahaan. Dampak sosial yang ditimbulkan berbeda dikarenakan setiap perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu penelitian dari Karina (2013) menyimpulkan bahwa faktor kepemilikan saham pemerintah dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR di Indonesia. Selain hal tersebut penelitian ini menyebutkan bahwa kepemilikan saham asing, tipe industry, profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR di Indonesia. Lalu pada penelitian yang dilakukan oleh Nur (2012) menyatakan bahwa profitabilitas, kepemilikan saham public dan pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dewan komesaris dan *leverage* berpengaruh negative dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Adapun profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan

saham public, dewan komesaris, *leverage* dan pengungkapan media secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Berbagai penelitian terkait CSR perusahaan telah banyak diteliti. Beberapa macam faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR antara lain adalah karakteristik perusahaan terdapat variable profitabilitas, *leverage*, *size*, *media exposure*, *research and development* dan rentabilitas. Dari aspek *good corporate government* perusahaan yaitu antara lain dewan komesaris, ukuran dewan direksi, jumlah rapat, kategori KAP, kepemilikan modal, kepemilikan asing dan jumlah komite audit.

Keputusan untuk memberikan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mempengaruhi tanggung jawab yang diciptakannya agar tidak disorot para *debtholders* (Belkaoui dan Karpik, 1989 (dalam Karina, 2013)). Perusahaan yang besar akan memiliki aktivitas lebih banyak dan berdampak besar terhadap lingkungan. Oleh karena itu perusahaan besar lebih memiliki tanggung jawab tinggi untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya (Karina, 2013).

Latar belakang yang telah disimpulkan diatas, penelitian ini akan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengukuran laporan keuangan pada perusahaan manufaktur yang berupa profitabilitas, *leverage*, *firm size*, kepemilikan saham publik dan ukuran dewan komesaris.

1.2. Cakupan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus dan mendalam maka penulis memandang permasalahan yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, penulis melakukan penelitian hanya mencakup “Analisis faktor-faktor berupa *profitabilitas*, *leverage*, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dan ukuran dewan komisaris yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018”.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *profitabilitas* mempengaruhi *corporate social responsibility*?
2. Apakah *leverage* dapat mempengaruhi *corporate social responsibility*?
3. Apakah *firm size* dapat mempengaruhi *corporate social responsibility*?
4. Apakah kepemilikan saham *public* dapat mempengaruhi *corporate social responsibility*?
5. Apakah ukuran dewan komisaris dapat mempengaruhi *corporate social responsibility*?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris pengaruh *profitabilitas* terhadap *corporate social responsibility*
2. Untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris pengaruh *leverage* terhadap *corporate social responsibility*

3. Untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris pengaruh *firm size* terhadap *corporate social responsibility*
4. Untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris pengaruh kepemilikan saham public terhadap *corporate social responsibility*
5. Untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap *corporat social responsibility*

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat atau kegunaan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bentuk yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat penelitian secara teoritis dan praktis diharapkan mencakup manfaat sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian tersebut diharapkan dapat memverifikasi teori stakeholder, legitimasi dan teori agensi dalam studi mengenai ukuran profitabilitas, dewan komesaris, *leverage*, *firm size* dan kepemilikan saham publik yang diterapkan perusahaan serta pengaruh terhadap pengungkapan CSR suatu perusahaan. Selain pada kesimpulan tersebut diharapkan juga penelitian ini dapat memperkuat hasil-hasil penelitian sebelumnya. Bagi penelitian selanjutnya, mungkin penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi ataupun sumber acuan dalam melakukan penelitian yang bertema CSR.

b. Manfaat Praktis

Bagi setiap perusahaan-perusahaan penelitian diharapkan dapat memberikan solusi pada permasalahan mengenai profitabilitas, dewan

komesaris, *leverage*, *firm size* dan kepemilikan saham public. Serta diharapkan dapat sebagai bahan pertimbangan untuk memberikan evaluasi terhadap manajemen perusahaan terkait CSR yang berlaku.

1.6. Orisinalitas Penelitian

Dalam penelitian ini orisinalitas penelitian ini dapat dibuktikan dengan adanya variabel-variabel yang sudah ada. Namun peneliti telah memilah variabel-variabel dimana dalam penelitian penelitian terdahulu masih terdapat beberapa hasil yang belum pasti. Maka dari itu peneliti telah menyimpulkan untuk menambah rentan waktu yang diambil dalam beberapa tahun terakhir. Sehingga dengan menambah rentan waktu pengambilan sampel diharapkan akan mendapatkan hasil yang lebih akurat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1. Kajian Teori Utama

Terdapat tiga teori yang mendasari penelitian tersebut yaitu teori Agensi, teori Legitimasi dan teori stakeholder. Teori-teori tersebut merupakan teori yang tepat untuk mencakup penelitian pada bidang tanggung jawab sosial suatu perusahaan. Teori agensi atau teori keagenan adalah yang mendasari praktek pengungkapan laporan tahunan oleh perusahaan terhadap para pemegang saham. Teori Jensen dan Meckling (1976) memberikan sebuah asumsi bahwa para wewenang saham tidak memiliki cukup informasi tentang kinerja dan kondisi perusahaan. Sedangkan menurut Deegan (2004) dalam Ratnasari (2011), menyatakan bahwa teori *stakeholder* sangat erat kaitanya dengan teori legitimasi, kedua teori tersebut memberikan penjelasan tentang pengungkapan suatu informasi dari perusahaan dalam laporan keuangan.

2.1.1. Teori Agensi

Penelitian ini menggunakan teori keagenan sebagai *grand theory* dimana teori keagenan (*agency theory*) mengungkapkan adanya hubungan antara principal (pemilik perusahaan atau pihak yang memberikan mandat) dan agent (manajer perusahaan atau pihak yang menerima mandat) yang

dilandasi dari adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian perusahaan, pemisahan penanggung resiko, pembuatan keputusan dan pengendalian fungsi-fungsi (Jensen and Meckling, 1976) dalam (Suaryana, 2011)

Hendriksen dan Van Breda (2002) dalam Setyawati (2010), hal yang mendasari konsep teori keagenan muncul dari perluasan dari satu individu pelaku ekonomi informasi menjadi dua individu. Salah satu individu ini menjadi agent untuk yang lain yang disebut principal. Agent membuat kontrak untuk melakukan tugas-tugas tertentu bagi principal, principal membuat kontrak untuk memberi imbalan pada agent. Principal mempekerjakan agent untuk melakukan tugas untuk kepentingan principal, termasuk pendelegasian otoritas pengambilan keputusan dari principal ke agent. Analoginya mungkin seperti antara pemilik perusahaan dan manajemen perusahaan itu. Para pemilik disebut evaluator informasi dan agen-agen mereka disebut pengambil keputusan. Hubungan agensi dikatakan terjadi ketika terdapat sebuah kontrak antara seseorang (atau beberapa orang), seorang prinsipal dan seseorang (atau beberapa orang) lain, seorang agen untuk melakukan pelayanan bagi kepentingan prinsipal mencakup sebuah pendelegasian wewenang pembuatan keputusan kepada agen.

Dalam perusahaan, hubungan antara principal dan agent diwujudkan dalam hubungan antara pemegang saham dan manajer (Schroeder et al, dalam Christiawan dan Tarigan, 2007). Pemegang saham berperan sebagai principal sementara manajer berperan sebagai agent. Hubungan ini menimbulkan suatu

kontrak antara pemegang saham dan manajer. Hubungan kontrak ini memungkinkan terjadinya konflik kepentingan (*conflict of interest*) antara pemegang saham dan manajer (Ross, Westerfield, Jaffe, 2010:13).

Manajer sebagai pihak yang mengelola kegiatan perusahaan sehari-hari memiliki lebih banyak informasi internal dibandingkan pemilik (pemegang saham). Manajer berkewajiban untuk memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik. Sinyal yang diberikan dapat dilakukan melalui pengungkapan informasi akuntansi seperti laporan keuangan. Laporan keuangan tersebut penting bagi para pengguna informasi eksternal terutama karena kelompok ini berada dalam kondisi yang paling besar ketidakpastiannya (Ali, 2002 dalam Setyaningrum, 2013). Ketidakseimbangan penguasaan informasi akan memicu munculnya suatu kondisi yang disebut sebagai asimetris informasi (*asymmetry information*). Asimetri antara manajemen (*agent*) dengan pemilik (*principal*) dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan manajemen laba (*earnings management*) dalam rangka menyesatkan pemegang saham mengenai kinerja ekonomi perusahaan (Haris dalam Isnanta, 2008).

2.1.2. Teori Legitimasi

Legitimasi suatu organisasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (Asforth dan Gibs, 1990; Dowling dan Preffer, 1975; O'Donovan, 2002; dikutip dari Ghazali dan Chariri, 2007). Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang

diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Ghozali dan Chariri, 2007). Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan beroperasi dalam lingkungan eksternal yang berubah secara konstan dan mereka berusaha meyakinkan bahwa perilaku mereka sesuai dengan batas-batas dan norma masyarakat (Brown dan Deegan, 1998 dalam Michelon dan Parbonetti, 2010). Teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat (Ulman, 1982; dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Dowling dan Prefer (1975, p.122) dalam Ghozali dan Chariri (2007) memberikan alasan yang logis tentang legitimasi organisasi sebagai berikut:

”Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual dan potensial terjadi diantara kedua sistem tersebut, maka ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan.”

Gray et al (1996:46) dalam Ahmad dan Sulaiman (2004) menyatakan bahwa organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat.

Dengan adanya penerimaan dari masyarakat tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan, sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan. Hal tersebut dapat mendorong atau membantu investor dalam melakukan pengambilan keputusan investasi. Teori legitimasi menyediakan perspektif yang lebih komprehensif pada pengungkapan CSR. Teori ini secara eksplisit mengakui bahwa bisnis dibatasi oleh kontrak sosial yang menyebutkan bahwa perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial perusahaan agar perusahaan memperoleh penerimaan masyarakat akan tujuan perusahaan yang pada akhirnya akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Brown and Deegan, 1998; Guthrie and Parker, 1989; Deegan, 2002; dalam Reverte, 2008).

Gray et al. (1995) dan Hooghiemstra (2000) dalam Reverte (2008) memperlihatkan bahwa sebagian besar pengetahuan yang berkaitan dengan pengungkapan CSR berasal dari penggunaan kerangka teori yang menyebutkan bahwa pengungkapan lingkungan dan sosial merupakan jalan untuk melegitimasi kelangsungan hidup dan operasi perusahaan pada masyarakat.

Oleh karena itu, meskipun perusahaan mempunyai kebijaksanaan operasi dalam batasan institusi, kegagalan perusahaan dalam menyesuaikan diri dengan norma ataupun adat yang diterima oleh masyarakat, maka akan mengancam legitimasi perusahaan serta sumber daya perusahaan, dan pada akhirnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (DiMaggio and Powell, 1983; Oliver, 1991; Scott, 1987 dalam Reverte, 2008).

Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Ghozali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi. Dowling dan Pfeffer (1975, p. 131) dalam Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa :

“Legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan – batasan yang ditekankan oleh norma – norma dan nilai – nilai sosial, serta reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.”

Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Ghozali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi. Dowling dan Pfeffer (1975, p. 131) dalam Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa :

“Legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan – batasan yang ditekankan oleh norma – norma dan nilai – nilai sosial, serta reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.”

Perwujudan legitimasi dalam dunia bisnis dapat berupa pelaporan kegiatan sosial dan lingkungan perusahaan. Dengan mengungkapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Kiroyan, 2006; dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Deegan dan Cho dan Patten (2007) yang dikutip dari Michelin dan Parbonetti (2010) juga mengatakan bahwa perusahaan berusaha untuk memperoleh legitimasi dengan

mengungkapkan data-data dan informasi mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Guthrie dan Parker, 1990; dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Disamping itu, pengungkapan laporan sosial dan lingkungan menjadi salah satu cara perusahaan untuk menunjukkan kinerja yang baik kepada masyarakat dan investor. Dengan pengungkapan tersebut, perusahaan akan mendapatkan image dan pengakuan yang baik, bahwa perusahaan juga jawab terhadap lingkungan sekitarnya, sehingga perusahaan akan memiliki daya tarik dalam penanaman modal. Hal tersebut didukung oleh pendapat yang mengatakan bahwa legitimasi sering kali dibangun dan dipertahankan dengan menggunakan aksi-aksi simbolis yang membentuk image perusahaan di mata publik (Dowling dan Pfeffer, 1975; Elsbach, 1994; Neu et al., 1998 dalam Michelin dan Parbonetti, 2010).

Ghozali dan Chariri (2007) juga mengatakan bahwa kegiatan perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan, sehingga praktik pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. Selain itu, praktik pengungkapan sosial dan lingkungan dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan baik dalam pengaruh yang baik maupun dampak yang buruk.

2.1.3. Teori Stakeholder

Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). Definisi *stakeholder* menurut Gray *et al.* (2001) adalah pihak-pihak yang berkepentingan pada perusahaan dan dapat mempengaruhi aktivitas perusahaan. Para *stakeholder* yang dimaksud antara lain adalah masyarakat, karyawan, pemerintah, *supplier*, pasar modal, dan lain-lain. Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa dalam teori *stakeholder*, perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi para stakeholder-nya (pemegang saham kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut. Gray, Kouhy dan Adams (1994, p 53) dalam Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan 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 sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan stakeholder-nya.

Menurut Wibisono (2007), apapun definisinya, yang jelas antara stakeholders dengan perusahaan terjadi hubungan yang saling mempengaruhi, sehingga perubahan pada salah satu pihak akan memicu dan mendorong terjadinya perubahan pada pihak yang lainnya. Salah satu aspek penting yang mendukung keberhasilan implementasi program CSR adalah sinergitas yang positif antara seluruh stakeholders terkait, yakni dalam hal ini Soemanto (2007) mengkategorikannya ke dalam empat kelompok, diantaranya adalah pemerintah (government), sektor privat (private sector), lembaga swadaya masyarakat (LSM) Non-Governmental Organizations (NGOs), dan masyarakat (Community).

Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Stakeholder dapat dibagi menjadi dua berdasarkan karakteristiknya yaitu stakeholder primer dan stakeholder sekunder (Clarkson, 1995). Stakeholder primer adalah seseorang atau kelompok yang sangat berpengaruh dalam perusahaan dan tanpa mereka perusahaan tidak dapat bertahan untuk going concern, meliputi: pemegang saham dan investor, karyawan, konsumen dan pemasok, bersama dengan yang didefinisikan sebagai kelompok stakeholder publik, yaitu: pemerintah dan komunitas. Kelompok stakeholder sekunder didefinisikan sebagai mereka yang mempengaruhi, atau dipengaruhi perusahaan, namun mereka tidak berhubungan dengan transaksi dengan perusahaan dan tidak esensial kelangsungannya. Dalam penelitian ini digunakan teori *stakeholder*, karena

teori ini mampu menjelaskan antara hubungan perusahaan dengan stakeholdernya. Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu power stakeholder ditentukan oleh besar kecilnya power yang dimiliki stakeholder atas sumber tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). Dari dua jenis *stakeholder* yang telah disebutkan tadi, *stakeholder* primer adalah *stakeholder* yang memiliki *power* yang besar atau yang paling berpengaruh bagi kelangsungan hidup perusahaan karena mempunyai *power* yang cukup tinggi terhadap ketersediaan sumber daya perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang memuaskan keinginan *stakeholder* (Ullman, 1982 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Ullman (1985) dalam Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa organisasi akan memilih *stakeholder* yang dipandang penting, dan mengambil tindakan yang dapat menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya.

Atas dasar argumen yang telah dijelaskan, teori stakeholder umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk me-manage stakeholder-nya. Cara-cara yang dilakukan untuk me-manage stakeholder-nya tergantung pada strategi yang diadopsi perusahaan (Ullman, 1985). Organisasi dapat mengadopsi strategi pasif atau aktif. Ullman (1985) mengatakan bahwa strategi aktif adalah apabila perusahaan berusaha mempengaruhi hubungan organisasinya dengan stakeholder yang dipandang berpengaruh, sedangkan perusahaan yang mengadopsi strategi pasif

cenderung tidak terus menerus memonitor aktivitas stakeholder dan secara sengaja tidak mencari strategi optimal untuk menarik perhatian *stakeholder*. Akibatnya adalah rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan rendahnya kinerja sosial perusahaan.

Teori stakeholder adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggungjawab (Freeman, 2001). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan stakeholder-nya dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan stakeholder-nya, terutama stakeholder yang mempunyai power terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chariri dan Ghozali, 2007). Salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk menjaga hubungan dengan para stakeholder-nya adalah dengan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan.

Pengungkapan ini diharapkan perusahaan mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan serta dapat mengelola stakeholder agar mendapatkan dukungan oleh para stakeholder yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat bahwa pengungkapan informasi keuangan, sosial, dan lingkungan merupakan dialog antara perusahaan dengan stakeholder-nya dan menyediakan informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat mengubah persepsi dan ekspektasi (Gray et al., 1995; Adam dan Larrinaga Gonzalez, 2007; Adam dan Mc Nicholas, 2007 dalam Michelon dan Parbonetti, 2010).

2.2.Kajian Variabel Penelitian

Setiap perusahaan memiliki faktor-faktor yang mempengaruhi CSR itu sendiri, setiap suatu perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda dengan perusahaan yang lain. Karakteristik perusahaan yang telah diteliti oleh peneliti sebelumnya memiliki pengaruh yang signifikan dalam pngungkapan laporan CSR dalam laporan tahunan (Karina, 2013). Karekteristik perusahaan yang mempengaruhi pelaporan CSR dalam laporan tahunan yaitu kepemilikan saham pulik, profitabilitas, *firm size*, *leverage*, dan dewan komesaris.

2.2.1. *Corporate Social Responsibility*

CSR pada dasarnya memiliki artian konsep yang bervariasi. Interpretasi yang berbeda-beda tersebut dikarenakan oleh berbagai perspektif dari para ahli yang berbeda-beda. CSR adalah mengenai kapasitas pembangunan untuk kehidupan yang terus menerus, dimana CSR menghormati perbedaan kultur dan menemukan peluang bisnis pada pembangunan kemampuan karyawan, komunitas dan pemerintah (Fahmi, 2015).

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dalam publikasinya *Making Good Business Sense* mendefinisikan CSR atau Tanggung jawab Sosial Perusahaan, sebagai :

“Continuing commitment by business to be have ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large”.

Pernyataan yang diungkapkan WBCSD tersebut merupakan suatu bentuk komitmen di dalam dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, berkontribusi untuk peningkatan ekonomi dan beroperasi secara legal, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas masyarakat secara lebih meluas.

Definisi lain mengenai CSR yang dikemukakan oleh World Bank, yang menjadi Lembaga Keuangan Global memandang CSR sebagai :

“The commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development”.

World Bank mendefinisikan CSR sebagai sebuah komitmen bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan kontribusi penuh terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerjasama dengan semua pemangku kepentingan guna memperbaiki kehidupan mereka dengan cara yang bermanfaat bagi bisnis, agenda pembangunan yang berkelanjutan maupun masyarakat pada umumnya.

Di Indonesia sendiri definisi mengenai CSR juga dapat diterjemahkan sebagai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Namun setelah tanggal 16 Agustus 2007, CSR di Indonesia telah diatur melalui Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menggantikan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas yang selanjutnya disingkat UUPT bahwa CSR yang dikenal dalam

undang-undang ini sebagaimana yang termuat dalam Pasal 1 Ayat 3 yang berbunyi:

“Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.”

2.2.2. Profitabilitas

Hubungan antara kinerja keuangan suatu perusahaan, dalam hal ini profitabilitas, dengan pengungkapan tanggung jawab sosial menurut Belkaoui dan Karpik (1989) paling baik diekspresikan dengan pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari manajemen sama dengan kemampuan yang diminta untuk membuat suatu perusahaan memperoleh laba. Manajemen yang sadar dan memperhatikan masalah sosial juga akan memajukan kemampuan yang diperlukan untuk menggerakkan kinerja keuangan perusahaan. Konsekuensinya, perusahaan yang mempunyai respon sosial dalam hubungannya dengan pengungkapan tanggung jawab sosial seharusnya menyingkirkan seseorang yang tidak merespon hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan variabe lakuntansi seperti tingkat pengembalian investasi dan variabel pasar seperti differential return harga saham.

Menurut Munawir (2014:33), definisi profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Rentabilitas atau profitability adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Rentabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivasnya secara produktif, dengan demikian rentabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut.”

Berdasarkan stakeholders theory bahwa perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas akan memenuhi kebutuhan para stakeholdersnya. Salah satu bentuk nya dengan membagikan dividen dari sebagian laba yang dihasilkan, sehingga terlihat bahwa perusahaan merangkul kepentingan para stakeholder.

Dalam hal ini peneliti menggunakan rumus penghitungan profitabilitas seperti berikut :

$$\frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

2.2.3. Leverage

Leverage secara harfiah (literal) adalah pengungkit. Pengungkit biasanya digunakan untuk membantu mengangkat beban yang berat. Dalam keuangan, leverage juga mempunyai maksud yang serupa. Lebih spesifik lagi, leverage bisa digunakan untuk meningkatkan tingkat keuntungan yang diharapkan. Kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva atau dana untuk memperbesar tingkat penghasilan (return) bagi pemilik perusahaan

dengan memperbesar tingkat leverage maka hal ini akan berarti bahwa tingkat ketidakpastian (uncertainty) dari return yang akan diperoleh akan semakin tinggi pula, tetapi pada saat yang sama hal tersebut akan memperbesar jumlah return yang akan diperoleh. Tingkat leverage ini bisa saja berbeda-beda antara perusahaan yang satu dengan perusahaan lainnya, atau dari satu periode ke periode lainnya di dalam satu perusahaan, tetapi yang jelas, semakin tinggi tingkat leverage akan semakin tinggi risiko yang dihadapi serta semakin besar return atau penghasilan yang diharapkan.

Syamsuddin (2002:90) mengemukakan bahwa : “Rasio leverage merupakan kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap (fixed cost assets or funds) yang gunanya untuk memperbesar tingkat penghasilan (return) bagi pemilik perusahaan.”

Sedangkan menurut Martono dan Harjito (2008:295) mengemukakan bahwa : ”Rasio leverage adalah mengacu pada penggunaan asset dan sumber dana oleh perusahaan dimana dalam penggunaan asset atau dana tersebut perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap atau beban tetap.”

Dari definisi tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa penggunaan dana asset (aktiva) atau dana tersebut pada akhirnya dimaksudkan untuk meningkatkan keuntungan potensial bagi pemegang saham. Dalam suatu perusahaan dikenal dua macam macam leverage, yaitu leverage operasi (operating leverage) dan leverage keuangan (financial leverage). Penggunaan kedua leverage ini dengan tujuan agar keuntungan yang diperoleh lebih besar daripada biaya asset dan sumber dananya.

Salah satu tujuan perusahaan adalah memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Namun, dalam praktiknya sering terjadi konflik antara agen yang disebut dengan *agency problem*. Konflik ini biasanya terjadi antara manajer dan pemegang saham atau antara *debtholders* dan *stockholders*. Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang akan menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi akan mengurangi pengungkapan CSR agar tidak menjadi sorotan dari *debtholder* (Sembiring, 2005).

Penggunaan leverage akan meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham. Sebaliknya leverage juga dapat meningkatkan risiko keuntungan, karena jika perusahaan ternyata mendapatkan keuntungan yang lebih rendah dari biaya tetapnya maka penggunaan leverage akan menurunkan keuntungan yang akan dicapai oleh pemegang saham. Leverage timbul pada saat perusahaan menggunakan aktiva yang memiliki biaya-biaya operasi tetap. Dalam jangka panjang, semua biaya bersifat variabel, artinya dapat berubah sesuai dengan jumlah produk yang dihasilkan.

$$\text{Leverage} : \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Ekuitas}}$$

2.2.4. Size (Ukuran Perusahaan)

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan salah satu variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan mengenai variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Terdapat beberapa penjelasan mengenai pengaruh

ukuran perusahaan (Size) terhadap kualitas ungkapan. Hal ini dapat dilihat dari berbagai penelitian empiris yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh total aktiva hampir selalu konsisten dan secara statistik signifikan. Beberapa penjelasan yang mungkin dapat menjelaskan fenomena ini adalah bahwa perusahaan besar mempunyai biaya informasi yang rendah, perusahaan besar juga mempunyai kompleksitas dan dasar pemilikan yang lebih luas dibanding perusahaan kecil (Cooke, 1989 dalam Rosmasita, 2007). Roberts (1992) dalam Hackston dan Milne (1996) mengelompokkan perusahaan otomotif, penerbangan dan minyak sebagai industri yang high-profile, sedangkan Diekers dan Perston (1977) dalam Hackston dan Milne (1996) mengatakan bahwa industri ekstraktif merupakan industri yang high-profile.

Ukuran perusahaan pada dasarnya adalah pengelompokan perusahaan kedalam beberapa kelompok, di antaranya perusahaan besar, sedang dan kecil. Skala perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang didasarkan kepada total aset perusahaan (Suwito dan Herawaty, 2005)

Ukuran perusahaan adalah skala perusahaan yang dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun. Total penjualan juga dapat digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan (Veronica dan Siddharta, 2005). Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan.

Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total asset, rata-rata tingkat penjualan (Seftianne, 2011).

Teori agensi (agency theory) yang diungkapkan oleh Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan bahwa perusahaan besar memiliki biaya agensi (agency cost) yang lebih besar dari pada perusahaan kecil. Biaya agensi (agency cost) adalah biaya yang berhubungan dengan pengawasan manajemen untuk meyakinkan bahwa manajemen bertindak konsisten sesuai dengan perjanjian kontraktual perusahaan dengan kreditur dan pemegang saham. Untuk mengurangi biaya agensi (agency cost) tersebut, perusahaan akan melakukan pengungkapan yang lebih luas.

Perusahaan yang berukuran besar mempunyai berbagai kelebihan dibanding perusahaan berukuran kecil. Kelebihan tersebut yang pertama adalah ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. Kedua, ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar-menawar (Bargaining Power) dalam kontrak keuangan. Dan ketiga, ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan return membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba (Sawir, 2004) dalam (Oktavianti, 2015).

SIZE : Ln total aktiva

2.2.5. Kepemilikan Saham Publik

Kepemilikan saham oleh public dalam hal ini diartikan seberapa banyak jumlah saham yang dimiliki oleh publik yang merupakan pihak individu di

luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan (Kristi, 2013). Hasibuan (2001) menjelaskan bahwa semakin tinggi rasio/tingkat kepemilikan publik dalam perusahaan diprediksi akan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan yang lebih luas. Hal tersebut dikaitkan dengan tekanan dari pemegang saham, agar perusahaan lebih memperhatikan tanggungjawab sosialnya terhadap masyarakat.

Semakin besar kepemilikan yang dimiliki oleh publik, maka publik pun ingin mengetahui mengenai informasi tentang perusahaan sehingga makin banyak butir yang diungkapkan melalui laporan keuangan. Investor ingin memperoleh informasi yang luas tentang tempat mereka berinvestasi serta dapat mengawasi kegiatan manajemen agar kepentingan perusahaan terpenuhi A'inun Na'im dan Fuad Rakhman (2005).

Kepemilikan saham publik (public shareholding) adalah proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik atau masyarakat terhadap saham perusahaan. Pengertian publik disini adalah pihak individu atau institusi yang memiliki saham dibawah 5% (<5%) yang berada di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan Rifqiyah (2016).

$$\frac{\text{jumlah kepemilikan lembar saham publik}}{\text{total lembar saham perusahaan}} \times 100\%$$

2.2.6. Ukuran Dewan Komisaris

Menurut Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 ayat 6 dalam Agoes dan Ardana (2014:108) dewan komisaris adalah sebagai berikut:

“Dewan komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada direksi”.

KNKG (2006) mendefinisikan dewan komisaris adalah sebagai berikut:

“Dewan komisaris adalah bagian dari organ perusahaan yang bertugas dan bertanggungjawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan GCG, Namun demikian, dewan komisaris tidak boleh turut serta dalam mengambil keputusan operasional”.

Menurut Sembiring (2005) ukuran dewan komisaris adalah sebagai berikut:

“Ukuran dewan komisaris adalah jumlah seluruh anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan”.

Berdasarkan ketiga definisi dewan komisaris di atas menunjukkan bahwa dewan komisaris adalah bagian organ perseroan (seluruh anggota dewan komisaris) yang bertugas untuk melakukan pengawasan dan memastikan bahwa perusahaan melaksanakan *good corporate governance*.

Dewan Komisaris adalah sebuah dewan yang bertugas untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direktur pada sebuah perusahaan. Pada variabel ukuran dewan komisaris menggunakan teori keagenan, karena dewan komisaris merupakan mekanisme pengendali tertinggi dalam keagenan yang bertanggung jawab untuk mengawasi tindakan manajemen puncak (Direksi). Semakin banyak dewan komisaris maka akan diharapkan lebih baik dalam pengungkapan tanggung jawab sosial pada suatu perusahaan (Pamungkas, 2018).

$$DK = \sum \text{Dewan Komisaris Perusahaan}$$

2.3. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu terkait nilai perusahaan yang dihubungkan dengan variabel independennya. Penelitian yang dilakukan Etik Sulistyoningih (2014) sampel yang digunakan pada penelitiannya berjumlah 72 perusahaan. Hasil pengujian variabel dalam penelitiannya menunjukkan profitabilitas, profil perusahaan, leverage dan kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan pengungkapan media tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan model regresi berganda yang menghasilkan kesimpulan sebagaimana disebutkan di atas.

Penelitian yang dilakukan Eko Rahayu Pangestu Wibowo (2013) mengambil sampel dari Bursa Efek Indonesia yang dilakukan dengan metode purposive sampling dengan sampel berjumlah 39 perusahaan. Pengolahan data dan analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Hasil dari penghitungan pada penelitian ini menunjukkan bahwa dua variabel yaitu profitabilitas dan tipe industri tidak berpengaruh secara signifikan. Sedangkan Leverage dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Corporate Social Responsibility.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Marzully Nur dan Denies Priantinah (2012) yang mengambil data berkategori high profile yang terdaftar di BEI periode 2008-2010 dengan metode purposive sampling dan diperoleh 66 sampel perusahaan. Dengan metode yang digunakan yaitu regresi berganda menunjukkan hasil profitabilitas, kepemilikan saham publik, dan ukuran media tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu CSR disclosure. Sedangkan variabel ukuran perusahaan, leverage, dan dewan komisaris menunjukkan hasil yang berpengaruh secara signifikan terhadap CSR disclosure.

Penelitian yang dilakukan oleh Zen Ahmad Gotama (2015) dengan mengambil sampel berjumlah 15 perusahaan yang memenuhi kriteria penulis dari DES (Daftar Efek Syariah) dengan jangka waktu dari 2012-2014 dengan menggunakan teknik analisis data statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji persamaan regresi. Diperoleh hasil bahwa

dari semua variabel yang digunakan pada penelitian ini hanya terdapat satu variabel yang tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yaitu variabel struktur kepemilikan. Variabel profitabilitas, likuiditas, size, dan leverage berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Maria Wijaya (2012) yang mengambil data dari BEI dengan rentan waktu 3 tahun dari 2008-2010 dengan mengambil sampel data sebanyak 11 perusahaan dengan metode pengambilan data menggunakan purposive sampling. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Sedangkan ukuran dewan komisaris, leverage, profitabilitas dan kinerja lingkungan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Decky Dermawan dan Tita Deitiana (2014) dengan judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Dengan menggunakan metode pemilihan sampel menggunakan kriteria-kriteria yang digunakan oleh penulis, didapat 42 sampel perusahaan tambang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Decky dan Tita menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan untuk profitabilitas, kepemilikan publik, dewan komisaris, leverage dan pengungkapan media tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

Dengan judul yang sama yaitu Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial oleh Aditya Dharmawan Krisna dan Novrys Suhardianto (2016) dengan menggunakan variabel independen ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi, dan ukuran komite audit. Sampel yang digunakan menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode 2010-2012 dengan jumlah sampel 76 perusahaan. Penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan untuk variabel profitabilitas, leverage, kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris, dan ukuran dewan audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Mungky Felicia dan Ni Ketut Rasmini (2015) dengan menggunakan metode purposive sampling pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2010-2012 diperoleh sebanyak 73 perusahaan. Menggunakan teknik analisis regresi linear berganda diperoleh hasil yaitu semua variabel independen yang digunakan pada penelitian ini yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan tipe industri berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.

No	Nama Peneliti, Tahun	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
----	-------------------------	-------	----------	------------------

1.	Etik Sulistyoningsih, 2014	Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility	Variabel Dependen: Corporate Social Responsibility Variabel Independen: Size, profitabilitas, profil, leverage, ukuran dewan komisaris, kepemilikan saham publik, dan pengungkapan media	Profitabilitas, leverage, profil, dan kepemilikan saham publik berpengaruh signifikan terhadap CSR. Size, ukuran dewan komisaris, dan pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap CSR
2.	Eko Rahayu Pangestu Wibowo, 2013	Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia	Variabel Dependen: Corporate Social Responsibility Variabel Independen: Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Leverage, dan Profitabilitas	Dua variabel yaitu profitabilitas dan tipe industri tidak berpengaruh secara signifikan. Sedangkan Leverage dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Corporate Social Responsibility
3.	Marzully Nur dan Denies Priantinah, 2012	Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR di Indonesia	Variabel Dependen: CSR Disclousur Variabel Independen: Profitabilitas Ukuran Perusahaan Kepemilikan Saham Publik Dewan Komisaris Leverage Pengungkapan Media	Profitabilitas, Kepemilikan Saham Publik, dan Ukuran Media tidak berpengaruh secara signifikan. Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Dewan Komisaris menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR
4.	Zen Ahmad Gotama, 2015	Analisis Faktor Fundamental Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang	Variabel Dependen: Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Variabel Independen: Likuiditas	Dari semua variabel, hanya variabel struktur kepemilikan yang tidak berpengaruh terhadap

		Terdaftar Pada Daftar Efek Syariah Periode 2012-2014	Profitabilitas Leverage Ukuran Perusahaan Struktur Kepemilikan	pengungkapan CSR. Sedangkan profitabilitas, likuiditas, size, dan leverage berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR
5.	Maria Wijaya, 2012	Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab Sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar Di bursa efek indonesia	Variabel Dependen: Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Variabel Independen: Ukuran Dewan Komisaris Leverage Ukuran Perusahaan Profitabilitas Kinerja Lingkungan	Ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan ukuran dewan komisaris, leverage, profitabilitas dan kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial
6.	Decky Dermawan dan Tita Deitiana, 2014	Faktor faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility	Variabel Dependen: Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Variabel Independen: Profitabilitas Ukuran Perusahaan Kepemilikan Publik Dewan Komisaris Leverage Pengungkapan Media	Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan profitabilitas, kepemilikan publik, dewan komisaris, leverage dan pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap corporate social responsibility
7.	Aditya Dharmawan Krisna dan Novrys Suhardianto, 2016	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggungjawab Sosial	Variabel Dependen: Pengungkapan CSR Variabel Independen: Ukuran Perusahaan Komite Audit Profitabilitas Leverage	Ukuran perusahaan dan komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan profitabilitas, leverage,

			Kepemilikan institusional Ukuran Dewan komisaris Ukuran Dewan Direksi	kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris dan ukuran dewan audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
8.	Mungky Felicia dan Ni Ketut Rasmini, 2015	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bei	Variabel Dependen: Pengungkapan Corporate Social Responsibility Variabel Independen: Ukuran Perusahaan Profitabilitas Leverage Tipe Perusahaan	Semua variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan tipe perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

2.4. Kerangka Berpikir

Konsep yang merupakan suatu pertanggung jawaban perusahaan kepada lingkungan sosial sering disebut sebagai CSR cukup berkembang pesat didalam perusahaan. *Stakeholder* sebagai faktor tuntutan yang mendorong munculnya konsep CSR. CSR suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari suatu komunitas setempat ataupun kalangan masyarakat luas diikuti sebagai peningkatan taraf hidup karyawan dan pemilik.

CSR muncul diakhir dekade 1990-an, selain sebagai bentuk kesadaran setiap perusahaan kondisi tersebut muncul dikarenakan sebagai gerakan sosial yang menjadi tekanan dari LSM lingkungan, LSM buruh, dan LSM perempuan. CSR

telah berkembang sejalan dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 dan Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007.

Banyak faktor mempengaruhi pengungkapan CSR di lingkungan perusahaan sebagai laporan tahunan. Berdasarkan tinjauan pustaka dan beberapa penelitian terdahulu, maka peneliti menjabarkan faktor profitabilitas, *leverage*, *firm size*, kepemilikan saham publik dan ukuran dewan komisaris sebagai variable independen penelitian yang mempengaruhi pengukuran CSR sebagai variable dependen penelitian.

2.5. Hipotesis Penelitian

2.5.1. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Sosial Responsibility*

Marbun (2008) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi fleksibel dan bebas untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial terhadap pemegang saham, jadi semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosialnya.

Perusahaan berprofitabilitas tinggi harus siap melakukan kegiatan CSR secara aktif. Kesimpulannya dapat di artikan dengan semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosialnya (Priantinah, 2012). Sebaliknya perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah memiliki kecenderungan lebih sempit dalam pengungkapan sosial pada laporan tahunannya. Penyebabnya dikarenakan penambahan biaya yang dikeluarkan ketika suatu perusahaan melakukan pengungkapan sosial dan hal

tersebut mengurangi profit perusahaan, sehingga dana yang tersedia untuk membiayai operasional perusahaan dimasa yang akan datang pun menjadi berkurang. Bagi perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah akan terjadi kekhaawatiran tersendiri pada manajemen perusahaan karena hal tersebut sangat membahayakan posisi perusahaan terhadap competitor lain (Hasibuan, 2006).

Berdasarkan stakeholders theory bahwa perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas akan memenuhi kebutuhan para stakeholdersnya. Salahsatu bentuk nya dengan membagikan dividen dari sebagian laba yang dihasilkan, sehingga terlihat bahwa perusahaan merangkul kepentingan para stakeholder

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Karina (2013) menyatakan bahwa tingkat profitabilitas berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR. Begitu juga dengan penelitian Margarita (2004) yang juga menyatakan terdapat hubungan positif antara CSR dan profitabilitas. Berbeda dengan sebelumnya penelitian Nelling dan Webb (2006) menyatakan memiliki hubungan negative signifikan antara CSR dan profitabilitas.

H1 : Tingkat profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2.5.2. Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Sosial Responsibility*

Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* lebih tinggi akan memberikan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Meckling, 1976). Perusahaan dengan rasio

leverage yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan yang memiliki rasio *leverage* lebih rendah.

Rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran informasi mengenai struktur modal yang berada pada perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Oleh karena itu, perusahaan dengan rasio *leverage* tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Penelitian terdahulu Eko Rahayu Pangestu Wibowo (2013) menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan untuk Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini ditemukan oleh Sembiring (2003).

Salah satu tujuan perusahaan adalah memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Namun, dalam praktiknya sering terjadi konflik antara agen yang disebut dengan *agency problem*. Konflik ini biasanya terjadi antara manajer dan pemegang saham atau antara *debtholders* dan *stockholders*. Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa keputusan untuk mengungkapakan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang akan menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan CSR agar tidak menjadi sorotan dari *debtholder* (Sembiring, 2005).

H2 : Tingkat *laverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2.5.3. Pengaruh *firm size* terhadap *corporate social responsibility*

Menurut Suwito dan Herawati (2005) ukuran perusahaan adalah pengelompokan perusahaan mulai dari perusahaan besar, sedang dan kecil, sedangkan menurut Bringham dan Houston (2006:25) menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal tersebut penjualan lebih besar dari pada biaya variable dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil dari biaya variable dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian.

Dari sisi tenaga kerja, semakin banyak jumlah tenaga kerja pada suatu perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja akan semakin besar, program tersebut merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan yang akan semakin banyak dilakukan oleh perusahaan. Hal ini berarti program tanggung jawab sosial perusahaan juga semakin banyak dan akan ditunjukkan dalam laporan tahunan. Oleh karena itu perusahaan yang lebih besar lebih diharuskan untuk menunjukkan tanggung jawab sosialnya (Karina, 2013).

Teori agensi (*agency theory*) yang diungkapkan oleh Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan bahwa perusahaan besar memiliki biaya agensi (*agency cost*) yang lebih besar dari pada perusahaan kecil. Biaya agensi (*agency cost*) adalah biaya yang berhubungan dengan pengawasan manajemen untuk meyakinkan bahwa manajemen bertindak konsisten sesuai dengan perjanjian kontraktual perusahaan

dengan kreditur dan pemegang saham. Untuk mengurangi biaya agensi (agency cost) tersebut, perusahaan akan melakukan pengungkapan yang lebih luas.

Penelitian terdahulu oleh Karina (2013) menyatakan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR.

H3 : Tingkat *firm size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2.5.4. Pengaruh kepemilikan saham *public* terhadap *corporate social responsibility*

Perusahaan saham public memiliki proporsi kepemilikan saham secara public, hal tersebut diartikan bahwa semua aktivitas perusahaan wajib dilaporkan dan diketahui oleh publik sebagai salah satu bagian pemegang saham. Fama dan Jansen (2005) menyatakan bahwa kepemilikan public yang rendah akan menyebabkan konflik kepentingan antara pemegang saham dengan manajemen. Dengan demikian kesimpulan yang dapat diambil adalah perusahaan yang memiliki kepemilikan publiknya besar maka akan semakin banyak tuntutan dari pemegang saham ingin mengetahui tentang perusahaan tersebut, sehingga semakin banyak informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Hal tersebut sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa kepemilikan saham public memiliki peran untuk mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pengungkapan aktivitas sosialnya sedangkan untuk perusahaan tersebut akan berusaha memenuhi segala kebutuhan para *stakeholder* tersebut.

Dari penelitian terdahulu oleh Etik Sulistyoningsih, 2014 dalam penelitiannya yang berjudul analisis faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menyatakan bahwa kepemilikan saham public berpengaruh signifikan terhadap CSR.

H4 : Tingkat kepemilikan saham public berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2.5.5. Pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap *corporate social responsibility*

Dalam sebuah perusahaan semakin besar jumlah anggota dewan komesaris maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif, berdasarkan kesimpulan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa dewan komesaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Sambiring, 2005).

Dewan komesaris memiliki wewenang sebagai seorang yang bertugas mengawasi dan memberikan saran terhadap direksi dalam pengelolaan perusahaan. Ukuran dewan komesaris semakin besar keberadaannya akan semakin meningkat pengawasan terhadap kinerja direksi dalam pengelolaan perusahaan termasuk dalam pengungkapan CSR yang sesuai dengan teori *stakeholder*. Dewan komesaris dalam perusahaan memiliki bidang kewenangan pada bagian-bagian yang berbeda sebagai contoh pada bidang social, lingkungan, ekonomi dan kinerja perusahaan, tanggung jawab social, dengan adanya pembagian bidang tersebut maka akan semakin kompleks informasi yang akan diungkapkan oleh perusahaan walaupun

tidak semua perusahaan melakukan kebijakan pembagian dewan komesaris yang terpenting adalah fungsi dari pengawasan dewan komesaris tersebut berjalan dengan baik dan fokus.

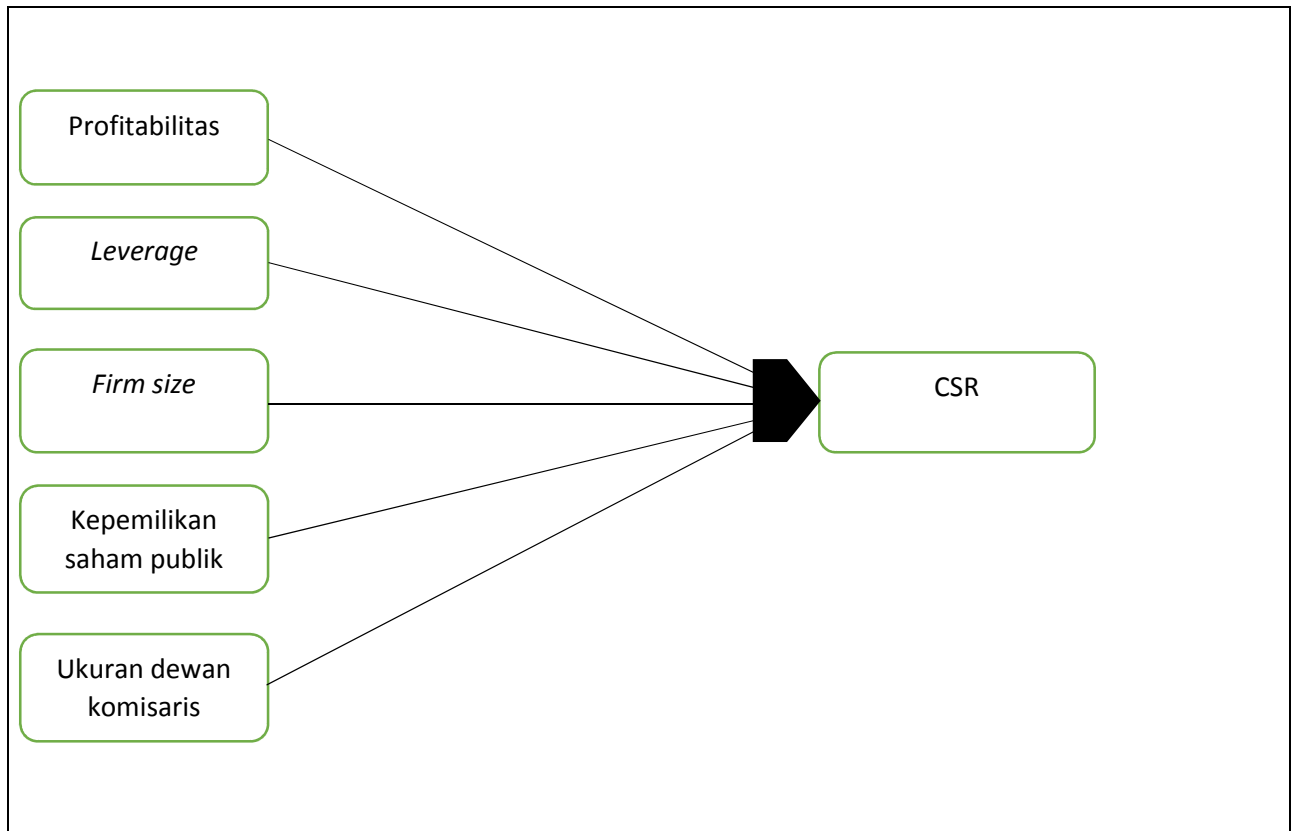
Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Marzully Nur dan Denies Priantinah yang berjudul Analisis faktor faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR di Indonesia dapat disimpulkan bahwa ukuran dewan komesaris memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR, berbeda dengan Etik Sulistyoningsih (2014) yang menyatakan bahwa dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap CSR

Dewan Komisaris adalah sebuah dewan yang bertugas untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direktur pada sebuah perusahaan. Pada variabel ukuran dewan komisaris menggunakan teori keagenan, karena dewan komisaris merupakan mekanisme pengendali tertinggi dalam keagenan yang bertanggung jawab untuk mengawasi tindakan manajemen puncak (Direksi). Semakin banyak dewan komisaris maka akan diharapkan lebih baik dalam pengungkapan tanggung jawab sosial pada suatu perusahaan (Pamungkas, 2018).

H5 : Tingkat dewan komesaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Model penelitian dalam skripsi ini dapat dilihat dalam diagram berikut

:



Gb. 1. Model Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian korelasional. Penelitian korelasi adalah suatu penelitian yang melibatkan tindakan pengumpulan data guna menentukan apakah ada hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih. Adanya hubungan dan tingkat variabel ini penting, karena dengan mengetahui tingkat hubungan yang ada, peneliti akan dapat mengembangkan sesuai dengan tujuan penelitian, menurut Gay dalam Sukardi (2008:166) menyatakan bahwa; penelitian korelasi merupakan salah satu bagian penelitian *ex-postfacto* karena biasanya peneliti tidak memanipulasi keadaan variabel yang ada dan langsung mencari keberadaan hubungan dan tingkat hubungan variabel yang direfleksikan dalam koefisien korelasi. Ditinjau dari sifat eksplorasi ilmu, penelitian ini tergolong penelitian dasar, yakni penelitian yang bertujuan untuk mengembangkan ilmu (*to generate a body of knowledge*) untuk mencari jawaban baru atas masalah manajemen tertentu yang terjadi dalam organisasi, perusahaan atau masyarakat (Ferdinand, 2014).

Data yang digunakan merupakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan tahun perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan mengikuti program CSR tahun 2016-2018. Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur dengan alasan bahwa perusahaan manufaktur adalah perusahaan-

perusahaan besar yang memiliki SOP yang lebih lengkap selain hal tersebut dikarenakan perusahaan manufaktur dapat mengelola bahan mentah menjadi barang jadi, hal tersebut tentunya akan menghasilkan limbah yang merugikan lingkungan sekitar perusahaan tersebut.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (1997: 57). Populasi dalam Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan berkategori *high profile* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018 serta menerbitkan laporan keuangan selama 3 tahun berturut-turut. Industri yang termasuk dalam perusahaan berkategori high profile adalah industri konstruksi, pertambangan, pertanian, kehutanan, perikanan, kimia, otomotif, barang konsumsi, makanan dan minuman, kertas, farmasi dan plastik (Fr. Reni,2006). Adapun data yang diperlukan yaitu kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, kinerja lingkungan, *hedging* dan nilai perusahaan. Data tersebut diperoleh dari situs resmi yaitu <http://www.idx.co.id>.

Penelitian tersebut merupakan penelitian kuantitatif dimana menggunakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan mengikuti program CSR sejak tahun 2016-2018. Jumlah populasi dari penelitian ini adalah 468.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dapat dijangkau serta memiliki sifat yang sama dengan populasi yang diambil sampelnya tersebut, Nana Sudjana dan Ibrahim (2004: 85). Pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga dapat diperoleh sampel yang representatif. Sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang menerbitkan laporan keuangan berturut-turut di tahun 2016-2018 dan mengikuti program CSR.

Data dari populasi ini selanjutnya akan dipilih untuk menentukan populasi yang dapat digunakan sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik sampling non random kategori *purposive sampling* yang didasarkan pada kriteria tersebut. Terdapat 126 perusahaan yang dianggap memenuhi kriteria untuk menjadi unit analisis. Kriteria pemilihan sampel dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.1

Kriteria Pengambilan Sampel

Jumlah industri manufaktur di BEI dari 2016-2018

Tahun industry	Jumlah industri
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	398

Sumber: Bursa Efek Indonesia 2016-2018.

Perusahaan tersebut menerbitkan annual report periode 2016-2018.	(194)
Perusahaan yang memaparkan mengenai variabel yang dibutuhkan secara lengkap dalam laporan keuangan secara berturut dari 2016-2018	(166)
Jumlah	38

Berdasarkan diatas terlihat bahwa jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2016 sebanyak 144 perusahaan, sedangkan pada tahun 2017 terdapat 157 perusahaan, dan terakhir untuk tahun 2018 sebanyak 97 perusahaan.

Setelah melakukan pemilihan sampel maka disusunlah daftar perusahaan manufaktur yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 38 perusahaan manufaktur yang ditetapkan menjadi sample dalam penelitian ini.

3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel penelitian dengan teknik sampling non random (*non probability*) kategori *purposive sampling* karena tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Populasi yang telah memenuhi persyaratan yang diajukan pada kriteria diatas dapat menjadi sampel pada pemelitian ini dan diuji untuk memperoleh hasil penelitian.

3.3. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2004) menyatakan bahwa variable penelitian adalah merupakan suatu atribut, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk ditarik kesimpulannya.

Penelitian ini menganalisis tentang karakter perusahaan dan regulasi pemerintah terhadap tingkat pengungkapan CSR pada laporan Tahunan Perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa penelitian tersebut akan menguji hipotesis yang telah dirumuskan terlebih dahulu. Pengujian hipotesis akan dilaksanakan dengan beberapa tahapan atau metode penelitian yang telah dirancang sesuai dengan variable-variabel yang telah diteliti.

3.3.1. Variabel Dependen

Menurut WBCSD, CSR merupakan suatu bentuk komitmen di dalam dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, berkontribusi untuk peningkatan ekonomi dan beroperasi secara legal, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas masyarakat secara lebih meluas.

World Bank mendefinisikan CSR sebagai sebuah komitmen bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan kontribusi penuh terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerjasama dengan semua pemangku kepentingan guna memperbaiki kehidupan mereka dengan cara yang bermanfaat bagi bisnis, agenda pembangunan yang berkelanjutan maupun masyarakat pada umumnya. Dengan demikian CSR dapat diartikan sebagai suatu bentuk komitmen dari perusahaan

untuk menjaga hubungan yang baik tidak hanya dalam bisnis, namun dalam hal kesejahteraan seluruh pemangku kepentingan, menjaga kelestarian lingkungan perusahaan dalam meningkatkan kualitas sumberdaya dilingkungan perusahaan tersebut secara lebih luas.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan CSR sebagai variabel dependen. Pengukuran variabel ini diukur dengan mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan dengan menilai item informasi yang diungkapkan oleh perusahaan tersebut. Pengukuran variabel dilakukan dengan memberi nilai 1 pada item informasi yang diungkapkan oleh perusahaan pada laporan keuangan tahunan dan nilai 0 jika item informasi tanggung jawab sosial tidak diungkapkan oleh perusahaan pada laporan keuangan tahunan perusahaan tersebut.

Dalam menghitung nilai CSR tersebut dapat dilakukan dengan rumus :

$$\text{CSRDI} = \frac{\text{jumlah item informasi CSR yang diungkapkan}}{79 \text{ item informasi CSR versi GRI 3.0}}$$

3.3.2. Variabel Independen

3.3.2.1. Profitabilitas

Profitabilitas diukur dengan menggunakan ROA, adalah rasio profitabilitas yang menunjukkan persentase keuntungan (laba bersih) yang diperoleh perusahaan sehubungan dengan keseluruhan sumber daya atau rata-rata jumlah aset. Dengan kata lain, Return on Assets atau sering disingkat dengan ROA adalah rasio yang

mengukur seberapa efisien suatu perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menghasilkan laba selama suatu periode.

Rumus untuk mengukur Return On Assets adalah sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Keterangan :

ROA : *Return On Assets*

3.3.2.2. Leverage

Penggunaan leverage akan meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham. Sebaliknya leverage juga dapat meningkatkan risiko keuntungan, karena jika perusahaan ternyata mendapatkan keuntungan yang lebih rendah dari biaya tetapnya maka penggunaan leverage akan menurunkan keuntungan yang akan dicapai oleh pemegang saham. Leverage timbul pada saat perusahaan menggunakan aktiva yang memiliki biaya-biaya operasi tetap. Dalam jangka panjang, semua biaya bersifat variabel, artinya dapat berubah sesuai dengan jumlah produk yang dihasilkan.

Leverage dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\text{Leverage} : \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Ekuitas}}$$

3.3.2.3. Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan adalah ukuran besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari nilai total aktiva dan dapat diukur melalui skala rasio. Pengukuran

terhadap ukuran perusahaan diproksikan dengan nilai logaritma natural dari total aktiva.

$$SIZE = Ln \text{ total aktiva}$$

Keterangan:

SIZE : Ukuran Perusahaan

Ln : Logaritma Natural

3.3.2.4. Kepemilikan Saham Publik

Kepemilikan saham publik adalah proporsi saham yang dimiliki publik/masyarakat terhadap saham perusahaan. Pengertian publik disini adalah pihak individu atau institusi yang memiliki saham dibawah 5% (<5%) yang berada di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan. Kelompok pemegang saham masyarakat, yaitu kelompok pemegang saham yang masing-masing memiliki kurang dari 5% biasanya merupakan gabungan kepemilikan dari banyak masyarakat. Kelompok pemegang saham ini disebut dengan pemegang saham publik. Pemegang saham publik biasanya merupakan pemegang saham minoritas perusahaan.

Untuk menghitung jumlah kepemilikan saham publik pada perusahaan, peneliti menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Kepemilikan saham publik} = \frac{\text{jumlah kepemilikan lembar saham publik}}{\text{total lembar saham perusahaan}} \times 100\%$$

3.3.2.5. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah bagian organ perseroan (seluruh anggota dewan komisaris) yang bertugas untuk melakukan pengawasan dan memastikan bahwa perusahaan melaksanakan *good corporate governance*.

Untuk menghitung ukuran dewan komisaris dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

$$DK = \sum \text{Dewan Komisaris Perusahaan}$$

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs Web, internet dan seterusnya (Uma Sekaran, 2011). Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi dimana sumber data yang diambil diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018. Metode dokumentasi ialah metode pengumpulan data yang tidak ditujukan langsung kepada subjek penelitian. Studi dokumen adalah jenis pengumpulan data yang meneliti berbagai macam dokumen yang berguna untuk bahan analisis.

3.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan pengujian asumsi klasik dimana menggunakan SPSS versi 25.

3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi). Statistik deskriptif mendeskripsikan data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami (Ghozali, 2016:19).

3.5.2. Pengujian Asumsi Klasik

Terkait dengan penelitian ini yang menggunakan data sekunder, maka untuk memenuhi syarat yang telah ditentukan sebelum melakukan uji hiipotesis melalui uji t dan uji F maka perlu untuk dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

3.5.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang dimiliki distribusi normal atau mendekati normal,

sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan Test of Normality Kolmogorov-Smirnov dalam program SPSS. Menurut Singgih Santoso (2012:293) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic Significance), yaitu:

1. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
2. Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

3.5.2.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinierita. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terbukti ada multikolinieritas, sebaiknya salah satu independen yang ada dikeluarkan dari model, lalu pembuatan model regresi diulang kembali (Singgih Santoso, 2010:234). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari besaran Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka tolerance mendekati 1. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas (Gujarati, 2012:432).

3.5.2.3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi yang dilakukan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Tentu saja model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Singgih Santoso, 2012:241). Pada prosedur pendeteksian masalah autokorelasi dapat digunakan besaran Durbin-Watson. Untuk memeriksa ada tidaknya autokorelasi, maka dilakukan uji Durbin-Watson dengan keputusan sebagai berikut:

Deteksi Autokorelasi Positif:

Jika $d < d_L$ maka terdapat autokorelasi positif,

Jika $d > d_U$ maka tidak terdapat autokorelasi positif,

Jika $d_L < d < d_U$ maka pengujian tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan.

Deteksi Autokorelasi Negatif:

Jika $(4 - d) < d_L$ maka terdapat autokorelasi negatif,

Jika $(4 - d) > d_U$ maka tidak terdapat autokorelasi negatif,

Jika $d_L < (4 - d) < d_U$ maka pengujian tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan.

3.5.2.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran, Ghozali (2013:2014). Menurut Ghoozali (2013 : 142) salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji Glejser. Uji Glejser mengusulkan untuk mereges nilai absolut residual terhadap variabel independen. Hasil probabilitas dikatakan signifikan jika nilai signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5%.

3.5.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menguji pengaruh dari dua variabel atau lebih, analisis regresi linear berganda adalah metode yang paling tepat. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah pengungkapan CSR sedangkan untuk variabel independennya adalah profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan kepemilikan saham publik. Menurut Sanusi (2013 : 134) regresi linear berganda merupakan perluasan dari regresi linear sederhana dengan menambah jumlah variabel yang awalnya satu menjadi dua atau lebih. Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$$

Keterangan :

Y : CSR

^a : konstanta

^b : koefisien regresi

x_1 : Profitabilitas

x_2 : Leverage

x_3 : ukuran perusahaan

x_4 : ukuran dewan komisaris

x_5 : kepemilikan saham publik

3.5.4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan untuk menguji kebenarannya antara lain :

a. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0,05 ($\alpha = 5\%$), Ghozali (2013 : 98)

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara simultan kelima variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara simultan kelima variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji T

Menurut Ghazali (2013 : 98) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan menggunakan level signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil penelitian

4.1.1. Deskripsi objek penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dimana data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari perusahaan manufaktur yang terdaftar pada bursa efek indonesia tahun 2016-2018. Jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah 468.

Jumlah populasi tersebut selanjutnya akan dipilih berdasarkan kebutuhan peneliti untuk dijadikan sampel penelitian ini. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dimana peneliti menggunakan beberapa kriteria untuk menyaring populasi dan mendapatkan sampel sesuai dengan yang dibutuhkan peneliti. Dari 468 populasi peneliti mendapatkan 103 sample yang kemudian diteliti dalam penelitian ini.

4.1.2. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi). Statistik

deskriptif mendeskripsikan data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami (Ghozali, 2016:19).

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	103	-,11	,44	,1880	,09593
Leverage	103	,12	,64	,3441	,11658
Ukuran Perusahaan	103	1,23	1,80	1,5265	,14601
Kepemilikan Saham Publik	103	-,05	1,05	,4616	,28254
Ukuran Dewan Komisaris	103	,74	1,06	,8742	,07172
CSR	103	-,03	,62	,3137	,14101
Valid N (listwise)	103				

1. Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) paling baik diekspresikan dengan pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari manajemen sama dengan kemampuan yang diminta untuk membuat suatu perusahaan memperoleh laba. Manajemen yang sadar dan memperhatikan masalah sosial juga akan memajukan kemampuan yang diperlukan untuk menggerakkan kinerja keuangan perusahaan. Konsekuensinya, perusahaan yang mempunyai respon sosial dalam hubungannya dengan pengungkapan tanggung jawab sosial seharusnya menyingkirkan seseorang yang tidak merespon hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan variabe lakuntansi seperti tingkat pengembalian investasi dan variabel pasar seperti differential return harga saham. variabel profitabilitas memiliki nilai minimum -0,11 dan nilai maksimum 0,44 dengan nilai rata-rata 0,1880 dan mempunyai nilai standart diviasi 0,09593.
2. Penggunaan leverage akan meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham. Sebaliknya leverage juga dapat meningkatkan risiko keuntungan, karena jika

perusahaan ternyata mendapatkan keuntungan yang lebih rendah dari biaya tetapnya maka penggunaan leverage akan menurunkan keuntungan yang akan dicapai oleh pemegang saham. Leverage timbul pada saat perusahaan menggunakan aktiva yang memiliki biaya-biaya operasi tetap. Dalam jangka panjang, semua biaya bersifat variabel, artinya dapat berubah sesuai dengan jumlah produk yang dihasilkan. Variabel leverage memiliki nilai minimum 0,12 dan nilai maksimal 0,64 dengan nilai rata-rata 0,3441 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,11658.

3. Ukuran perusahaan (size) merupakan salah satu variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan mengenai variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Terdapat beberapa penjelasan mengenai pengaruh ukuran perusahaan (Size) terhadap kualitas ungkapan. Hal ini dapat dilihat dari berbagai penelitian empiris yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh total aktiva hampir selalu konsisten dan secara statistik signifikan. Beberapa penjelasan yang mungkin dapat menjelaskan fenomena ini adalah bahwa perusahaan besar mempunyai biaya informasi yang rendah, perusahaan besar juga mempunyai kompleksitas dan dasar pemilikan yang lebih luas dibanding perusahaan kecil (Cooke, 1989 dalam Rosmasita, 2007). Ukuran perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 1,23 dan memiliki nilai maksimum sebesar 1,80 dengan nilai rata-rata 1,5265 serta nilai standar deviasi sebesar 0,14601.
4. Sedangkan menurut Mei Yuniati, Kharis, Abrar Oemar (2016) kepemilikan institusional adalah tingkat kepemilikan saham oleh institusi dalam perusahaan, diukur oleh proposi saham yang dimiliki oleh institusional pada akhir tahun yang

dinyatakan dalam persentase. Struktur kepemilikan dalam hal ini adalah kepemilikan institusional dalam peran monitoring manajemen, kepemilikan institusional merupakan pihak yang paling berpengaruh terhadap dalam pengambilan keputusan karena sifatnya sebagai pemilik saham mayoritas, selain itu kepemilikan institusional merupakan pihak yang memberi kontrol terhadap manajemen dalam kebijakan keuangan perusahaan. Variabel kepemilikan saham publik memiliki nilai minimum sebesar -0,05 dan nilai maksimum 1,05 dengan nilai rata-rata 0,4616 serta memiliki nilai standar deviasi sebesar 0,28254.

5. KNKG (2006) mendefinisikan dewan komisaris adalah sebagai berikut:

“Dewan komisaris adalah bagian dari organ perusahaan yang bertugas dan bertanggungjawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan GCG, Namun demikian, dewan komisaris tidak boleh turut serta dalam mengambil keputusan operasional”.

Variable ukuran dewan komisaris memiliki nilai minimum 0,74 dan nilai maksimum 1,06 dengan nilai rata-rata 0,8742 serta memiliki nilai standar deviasi sebesar 0,07172.

6. CSR pada dasarnya memiliki artian konsep yang bervariasi. Interpretasi yang berbeda-beda tersebut dikarenakan oleh berbagai perspektif dari para ahli yang berbeda-beda. CSR adalah mengenai kapasitas pembangunan untuk kehidupan yang terus menerus, dimana CSR menghormati perbedaan kultur dan menemukan peluang bisnis pada pembangunan kemampuan karyawan, komunitas dan pemerintah (Fahmi, 2015). Menurut hasil dari tabel csr memiliki

nilai minimum sebesar -0,03 dan maksimum 0,62, dengan nilai rata-rata sebesar 0,3137 serta nilai standar deviasi sebesar 0,14101.

4.1.2.1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang dimiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan Test of Normality Kolmogorov-Smirnov dalam program SPSS. Hasil pengujian normalitas data pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Hasil uji normalitas data diatas menggunakan uji kolmogorov-smirnov dengan SPSS 25.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		104
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,14293319
Most Extreme Differences	Absolute	,062
	Positive	,062
	Negative	-,043
Test Statistic		,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

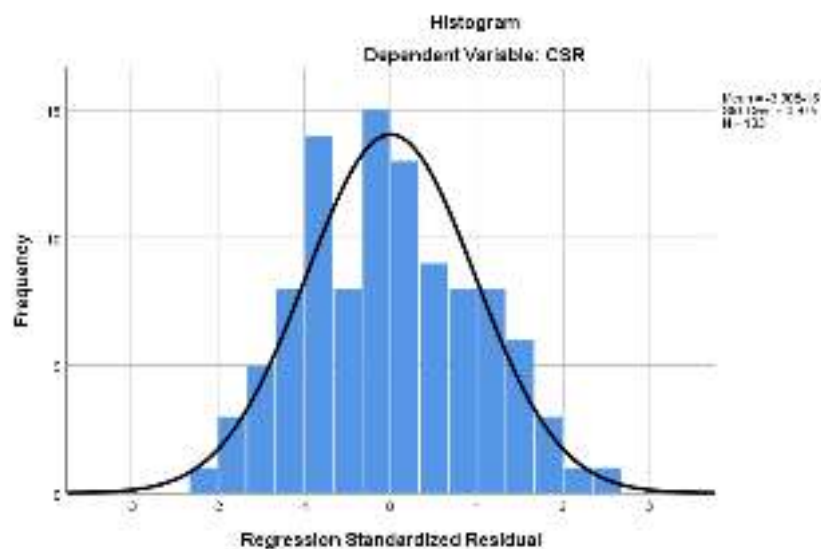
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

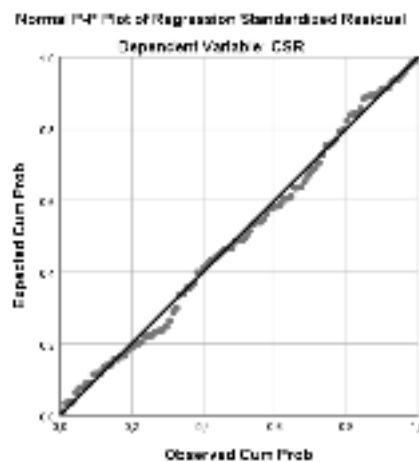
d. This is a lower bound of the true significance.

Pada tabel diatas dapat kita lihat pada Asymp. Sig. (2-tailed) bahwa data berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai residuaal dengan hasil 0,200. Nilai tersebut lebih dari 0,05 yang dalam hal ini jika nilai residual $<0,05$ maka data tersebut dianggap tidak normal. Jika nilai residual tersebut bernilai $>0,05$ maka dianggap normal.



Hasil histogram menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari pola distribusi yang melenceng ke kanan. Jika pola distribusimelenceng ke arah kiri maka data tersebut berdistribusi tidak normal. Namun hal ini tidak menjadi dasar pengambilan keputusan bahwa data berdistribusi normal atau tidak. Lebih akuratnya dapat dengan dihitung menggunakan uji kormogolov-smirnov.

Hal ini juga didukung oleh hasil dari tabel histogram, normal p-p plot of regression standardized residual, dan juga scatter plot. Diagram tersebut dapat dilihat dibawah ini :



Pada diagram p plot terlihat bahwa titik-titik menyebar pada sekitar garis diagonal. Hal ini menguatkan bahwa data tersebut berdistribusi normal sehingga model tersebut layak untuk dilanjutkan.

4.1.2.2. Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari besaran Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka tolerance mendekati 1. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas (Gujarati, 2012:432). Hasil uji multikolinieritas dapat diketahui dari tabel berikut ini :

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,045	,252		,177	,860		
	Profitabilitas	-,045	,144	-,031	-,314	,754	,977	1,024
	Leverage	,089	,119	,074	,749	,456	,965	1,036
	Ukuran Perusahaan	-,125	,095	-,129	-1,315	,182	,983	1,039
	Kepemilikan Saham Publik	,034	,049	,059	,692	,491	,950	1,053
	Ukuran Dewan Komisaris	,403	,197	,245	2,446	,016	,925	1,091

a. Dependent Variable: Lag_y

Dari tabel diatas dapat kita simpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas. Hal ini dikarenakan nilai VIF pada tabel tersebut kurang dari 10. Dimana jika terdapat multikolinearitas pada model regresi tersebut nilai VIF haruslah dibawah 10. Juga, angka tolerance pada tabel tersebut adalah mendekati 1, dimana model regresi yang bebas multikolinearitas haruslah mendekati angka 1. Jadi dapat kita simpulkan model regresi tersebut bebas dari multikolinearitas

4.1.2.3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi yang dilakukan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Tentu saja model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Singgih Santoso, 2012:241). Pada pengujian autokorelasi dalam model regresi penelitian ini, model regresi terbebas dalam masalah autokorelasi. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,309 ^a	,096	,049	,13750	1,955
a. Predictors: (Constant), Lag_X5, Lag_X1, Lag_X2, Lag_X3, Lag_X4					
b. Dependent Variable: Lag_y					

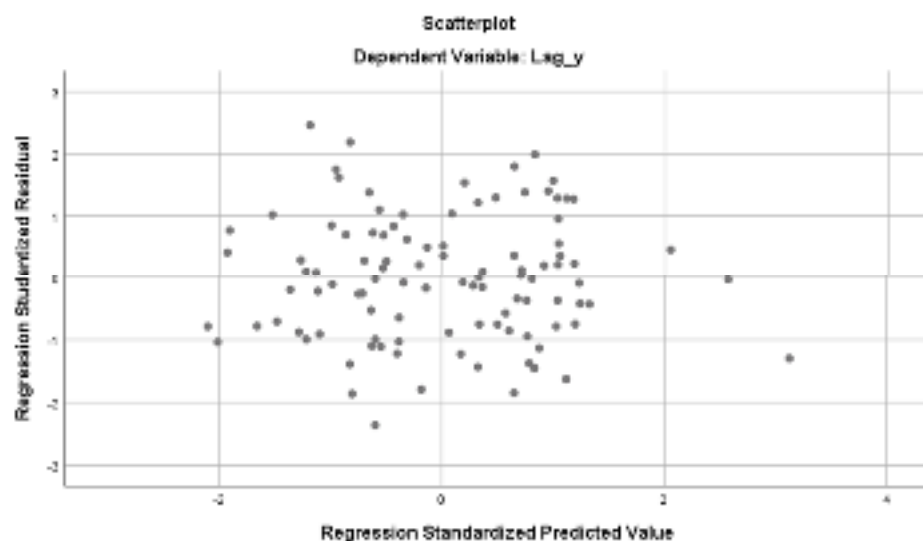
Dari tabel diatas nilai Durvin-Watson adalah 1,955. Hasil ini akan kita bandingkan dengan nilai tabel dengan signifikansi 5%, dengan jumlah sampel (n) 103 serta jumlah variabel (k) 6. Dalam tabel Durbin-Watson seperti dibawah ini :

Jumlah sampel	Variabel	dL	dU
6	2	0.61018	1.40015
.	.	.	.
.	.	.	.
103	6	1.57875	1.78179

Dari tabel diatas, dapat kita simpulkan bahwa hasil DW adalah 1,955 dimana hasil tersebut lebih besar dari dU. Dan dengan perhitungan $4-dw$ dimana $4-1,955 = 2,045$, dimana nilai 2,045 tersebut melebihi nilai dU pada tabel diatas. Dengan demikian dapat kita simpukan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat korelasi dalam residual serta tidak terdapat autokorelasi. Maka modl regresi tersebut dapat kita pakai untuk selanjutnya.

4.1.2.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran, Ghozali (2013:2014). Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari grafik berikut ini :



Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa titik-titik pada grafik tersebut menyebar dan tidak terdapat adanya pola tertentu pada grafik tersebut. Hal ini membuktikan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas.

4.1.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengujian analisis regresi linier berganda dimana ini digunakan untuk menganalisis pengaruh

variabel profitabilitas (x1), leverage (x2), firm size (x3), ukuran dewan komisaris (x4), dan kepemilikan saham publik (x5), pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengujian hipotesis ini dilakukan pada dengan menggunakan SPSS 25. Hasil dari pengujian hipotesis pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,194	5	,039	2,053	,078 ^b
	Residual	1,834	97	,019		
	Total	2,028	102			

a. Dependent Variable: Lag_y
b. Predictors: (Constant), Lag_X5, Lag_X1, Lag_X2, Lag_X3, Lag_X4

Dari tabel diatas dapat kita lihat hasil uji F menunjukkan nilai F dengan signifikansi $0,078 > 0,05$ (tingkat signifikansi yang digunakan). Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan kepemilikan saham publik tidak memiliki pengaruh secara simultan dan signifikan terhadap tanggungjawab sosial perusahaan.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,045	,252		,177	,860		
	Profitabilitas	-,045	,144	-,031	-,314	,754	,977	1,024
	Leverage	,089	,119	,074	,749	,456	,965	1,036
	Ukuran Perusahaan	-,125	,095	-,129	-1,315	,192	,963	1,039

Kepemilikan Saham Publik	,034	,049	,069	,692	,491	,950	1,053
Ukuran Dewan Komisaris	,483	,197	,245	2,446	,016	,925	1,081

a. Dependent Variable: Lag_y

Hasil analisis regresi linear berganda tersebut dapat dibuat persamaan sebagai berikut :

$$y = 0,045 - 0,045x_1 + 0,089x_2 - 0,125x_3 + 0,034x_4 + 0,438x_5$$

Keputusan uji hipotesis secara parsial dapat dilihat sebagai berikut :

1. Jika tingkat signifikan $>$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
2. Jika tingkat signifikan \leq maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Profitabilitas

$H_1 : \beta_1 > 0$ artinya ada pengaruh positif dan signifikan profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

$H_1 : \beta_1 \leq 0$ artinya tidak ada pengaruh positif dan signifikan profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa profitabilitas memiliki koefisien regresi sebesar -0,045 dan t hitung sebesar $-0,314$. Tingkat signifikansi profitabilitas tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan ($0,754 > 0,05$). Maka berdasarkan hasil ini hipotesis pertama yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif profitabilitas

terhadap tanggungjawab sosial perusahaan **ditolak** (maka H_0 diterima dan H_α ditolak).

2. Leverage

$H_1 : \beta_1 > 0$ artinya ada pengaruh positif dan signifikan profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

$H_1 : \beta_1 \leq 0$ artinya tidak ada pengaruh positif dan signifikan profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa leverage memiliki koefisien regresi sebesar 0,089 dan t hitung sebesar 0,749. Tingkat signifikansi leverage lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan ($0,456 > 0,05$). Maka berdasarkan hasil ini hipotesis kedua yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif leverage terhadap tanggungjawab sosial perusahaan **ditolak** (maka H_0 diterima dan H_α ditolak).

3. Ukuran perusahaan

$H_1 : \beta_1 > 0$ artinya ada pengaruh positif dan signifikan profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

$H_1 : \beta_1 \leq 0$ artinya tidak ada pengaruh positif dan signifikan profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa ukuran perusahaan memiliki koefisien regresi sebesar -0,125 dan t hitung sebesar - 1,315. Tingkat signifikansi ukuran perusahaan tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan ($0,192 > 0,05$). Maka berdasarkan hasil ini hipotesis

ketiga yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap tanggungjawab sosial perusahaan **ditolak** (maka H_0 diterima dan H_α ditolak).

4. Kepemilikan Saham Publik

$H_1 : \beta_1 > 0$ artinya ada pengaruh positif dan signifikan profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

$H_1 : \beta_1 \leq 0$ artinya tidak ada pengaruh positif dan signifikan profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa kepemilikan saham pulik memiliki koefisien regresi sebesar 0,034 dan t hitung sebesar 0,692. Tingkat signifikansi kepemilikan saham pulik tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan ($0,491 > 0,05$). Maka berdasarkan hasil ini hipotesis keempat yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif kepemilikan saham pulik terhadap tanggungjawab sosial perusahaan **ditolak** (maka H_0 diterima dan H_α ditolak).

5. Ukuran dewan komisaris

$H_1 : \beta_1 > 0$ artinya ada pengaruh positif dan signifikan profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

$H_1 : \beta_1 \leq 0$ artinya tidak ada pengaruh positif dan signifikan profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa ukuran dewan komisaris memiliki koefisien regresi sebesar 0,483 dan t hitung sebesar 2,446. Tingkat signifikansi kepemilikan saham pulik tersebut lebih kecil dari tingkat

signifikansi yang telah ditetapkan ($0,016 > 0,05$). Maka berdasarkan hasil ini hipotesis kelima yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif kepemilikan saham publik terhadap tanggungjawab sosial perusahaan **diterima** (maka H_0 ditolak dan H_a diterima).

4.2. Pembahasan

Dalam pembahasan ini peneliti akan mengkaji hubungan antar variabel yaitu profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dan ukuran dewan komisaris terhadap tanggung jawab sosial. Dalam hal ini, akan membahas terkait dengan hasil uji yang telah dilakukan dengan hipotesis yang telah peneliti tentukan.

4.2.1. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Sosial Responsibility*

Hasil pengujian profitabilitas terhadap tanggungjawab sosial menghasilkan nilai signifikan yang lebih besar dari yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0,754 lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tanggungjawab sosial perusahaan yang tercatat pada bursa efek indonesia tahun 2016-2018. Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Eko Rahayu Pangestu Wibowo (2013) dan Marzully Nur dan Denies Priantinah (2012) yang menyatakan bahwa profitabilitas yang diproksi dengan ROA tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR hal ini dikarenakan ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Zen

Ahmad Gotama (2015) bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki keuntungan besar maka akan semakin besar pula dalam hal pelaporan tanggungjawab sosialnya. Mungky Felicia dan Ni Ketut Rasmini (2015) juga berpendapat bahwa perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan lebih berorientasi pada laba.

Hal ini didukung dengan argumentasi bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “good news” kinerja sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan.

4.2.2. Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Hasil pengujian leverage terhadap tanggungjawab sosial menghasilkan nilai signifikan yang lebih besar dari yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0,456 lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa leverage tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tanggungjawab sosial perusahaan yang tercatat pada bursa efek Indonesia tahun 2016-2018. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Maria Wijaya (2012) sesuai dengan apa yang dihasilkan oleh penelitian ini yaitu leverage tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini

juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Decky Dermawan dan Tita Deitiana (2014) yang menyatakan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Begitu pula dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Aditya Dharmawan Krisna dan Novrys Suhardianto (2016) bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara leverage dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun penelitian lain yang dilakukan oleh Mungky Felicia dan Ni Ketut Rasmini (2015) yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Zen Ahmad Gotama (2015) serta penelitian yang dilakukan oleh Marzully Nur dan Denies Priantinah (2012). Pengaruh leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diujikan dalam penelitian ini memperoleh hasil yang tidak signifikan. Perusahaan akan mencoba mengurangi biaya-biaya yang dianggap kurang penting seperti biaya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial karena tingkat leverage yang tinggi. Karena perusahaan memiliki tanggungjawab untuk melunasi kewajibannya maka pengurangan biaya dilakukan oleh perusahaan.

4.2.3. Pengaruh Firm Size terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Dalam penelitian ini ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan yang dimana hasil signifikan lebih besar dari yang telah ditetapkan yaitu 0,192 lebih besar dari 0,05. Teori agensi menyatakan bahwa jika semakin

besar perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Perusahaan yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut (Yuniati,2002). Penelitian yang dilakukan oleh Eko Rahayu Pangestu Wibowo (2013), Marully Nur dan Denies Priantinah (2012), Zen Ahmad Gotama (2015), Maria Wijaya (2012), dan Decky Dermawan dan Tita Deitina (2014) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan. Mereka berpendapat bahwa semakin besar suatu perusahaan akan memiliki biaya keagenan yang lebih besar, sehingga akan mengungkapkan informasi sosial yang luas agar mendapatkan penilaian positif dari pemilik modal. Namun penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Etik Sulistyoningsih (2014) dan Kartika Putri Rahasari (2013) yang mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan.

4.2.4. Pengaruh Kepemilikan Saham Public terhadap Corporate Social Responsibility.

Perusahaan saham public memiliki proporsi kepemilikan saham secara public, hal tersebut diartikan bahwa semua aktivitas perusahaan wajib dilaporkan dan diketahui oleh publik sebagai salah satu bagian pemegang saham. Fama dan Jansen (2005) menyatakan bahwa kepemilikan public yang rendah akan menyebabkan konflik kepentingan antara pemegang

saham dengan manajemen. Dengan demikian kesimpulan yang dapat diambil adalah perusahaan yang memiliki kepemilikan publiknya besar maka akan semakin banyak tuntutan dari pemegang saham ingin mengetahui tentang perusahaan tersebut, sehingga semakin banyak informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Hal tersebut tidak sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa kepemilikan saham public memiliki peran untuk mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pengungkapan aktivitas sosialnya sedangkan untuk perusahaan tersebut akan berusaha memenuhi segala kebutuhan para *stakeholder* tersebut.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara kepemilikan saham publik dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil menemukan bahwa tingkat signifikan yang diperoleh lebih besar dari yang telah ditetapkan yaitu 0,491 dimana jauh lebih besar dari yang telah ditetapkan yaitu 0,05. Hasil ini sejalan dengan yang telah dilakukan oleh Decky Dermawan dan Tita Deitiana (2014) dan Marzully nur dan Denies Priantinah (2012) yang menyatakan bahwa kepemilikan saham publik tidak berpengaruh secara signifikan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada laporan keuangan. Kemungkinan kepemilikan saham publik pada perusahaan di Indonesia secara umum belum memperdulikan masalah lingkungan dan sosial sebagai isu kritis yang harus secara skatensif untuk diungkapkan dalam laporan tahunan Rahma dan Indah (2010).

4.2.5. Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Dalam sebuah perusahaan semakin besar jumlah anggota dewan komesaris maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif, berdasarkan kesimpulan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa dewan komesaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Sambiring, 2005).

Hasil penelitian yang telah dilakukan menghasilkan nilai signifikan sebesar 0,016 dimana hasil ini lebih kecil dari yang ditentukan yaitu sebesar 0,05. Hal ini membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif antara ukuran dewan komisaris dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan pada laporan keuangan. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Marzully Nur dan Denies Priantinah yang berjudul Analisis faktor faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR di Indonesia dapat disimpulkan bahwa ukuran dewan komesaris memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR, berbeda dengan Etik Sulistyoningsih (2014) yang menyatakan bahwa dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap CSR. Begitupun juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Maria Wijaya (2012). Namun penelitian ini searah dngan apa yang telah dilakukan oleh Dody Hapsoro dan Anna Fauia Fadhillia dalam *The South East Asian Journal of Management* Vol. 11 No. 2-2017

164-182 bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proporsi dewan komisaris dari dewan komisaris dan komite audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Ini menunjukkan bahwa dewan direksi perusahaan publik di Indonesia di bawah pengawasan dewan komisaris dan komite audit memiliki komitmen kuat untuk mengungkapkan CSR. Dengan kata lain, kehadiran dewan komisaris dan komite audit memainkan peran yang sangat penting dalam mendorong dewan direksi untuk memberikan transparansi CSR kepada publik.

Dewan komisaris memiliki wewenang sebagai seorang yang bertugas mengawasi dan memberikan saran terhadap direksi dalam pengelolaan perusahaan. Ukuran dewan komisaris semakin besar keberadaannya akan semakin meningkatkan pengawasan terhadap kinerja direksi dalam pengelolaan perusahaan termasuk dalam pengungkapan CSR yang sesuai dengan teori *stakeholder*. Dewan komisaris dalam perusahaan memiliki bidang kewenangan pada bagian-bagian yang berbeda sebagai contoh pada bidang sosial, lingkungan, ekonomi dan kinerja perusahaan, tanggung jawab sosial, dengan adanya pembagian bidang tersebut maka akan semakin kompleks informasi yang akan diungkapkan oleh perusahaan walaupun tidak semua perusahaan melakukan kebijakan pembagian dewan komisaris yang terpenting adalah fungsi dari pengawasan dewan komisaris tersebut berjalan dengan baik dan fokus.

BAB V
SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada laporan keuangan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan sebagaimana berikut ini :

1. Profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Profitabilitas yang diukur dengan ROA tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan.
2. Leverage tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Jika sudah terjadi hubungan yang baik antara perusahaan dengan debtholders, yang mengakibatkan debtholders tidak terlalu memperhatikan rasio leverage perusahaan.
3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Besar kecilnya suatu perusahaan tidak dapat mempengaruhi apakah perusahaan tersebut akan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan tersebut atau tidak.

4. Kepemilikan saham publik tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. hal ini dikarenakan kemungkinan kepemilikan publik pada perusahaan di Indonesia secara umum belum mempedulikan masalah lingkungan dan sosial sebagai isu kritis yang harus secara ekstensif untuk diungkapkan dalam laporan tahunan.
5. Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dewan komisaris yang berjumlah kecil akan memiliki efektivitas yang baik terhadap pengawasan manajemen perusahaan. Selain itu, ukuran dewan komisaris yang berjumlah besar juga menjadi kurang efektif karena dominasi anggota dewan komisaris yang mementingkan kepentingan pribadi atau kepentingan kelompoknya sehingga mengesampingkan kepentingan perusahaan.

5.2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan pengujian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka peneliti memiliki saran sebagaimana berikut ini :

1. Dalam penelitian ini hasil yang diperoleh belum memenuhi apa yang telah diharapkan. Dalam penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat menemukan hasil yang lebih bagus dengan menambah masa waktu yang akan diteliti dengan rentan waktu 5 tahun dan dengan menambah jumlah sampel.

2. Untuk penelitian yang selanjutnya alangkah baiknya jika menambah ukuran variabel yang lain seperti tipe industri, kepemilikan manajemen, dll.
3. Perusahaan sebaiknya tetap memperhitungkan terkait tanggung jawab sosial. Hal ini dikarenakan masih banyaknya perusahaan yang kurang dalam memperhatikan aspek lingkungan sekitar.
4. Dalam penelitian ini tentunya masih terdapat banyak hal yang masih kurang begitu tepat sehingga hasil uji F tidak signifikan (lebih dari 0.05). Hal ini mungkin karena peneliti belum secara rinci mengidentifikasi masalah tersebut karena terkendala waktu. Maka dari itu untuk penelitian selanjutnya alangkah baiknya untuk melakukan pengujian dengan teliti serta tabulasi data dan pengambilan sampel yang lebih tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Nevira & Nur Sayidah. 2017. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr)*. Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan, Volume 1, Nomer 2, September 2017, hlm 100-114 Surabaya : Prodi Akuntansi, Universitas Dr. Soetomo Surabaya
- Dahlia, Veronica. (2008). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2005 dan 2006). Jurnal FE UNS. Semarang
- Dermawan, Decky dan Tita Deitiana, 2014. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Jurnal Bisnis dan Akuntansi, Vol/ 16, No. 2, Desember 2014, Hlm. 158-165, STIE Trisakti
- Dipraja, Ibnu. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI periode 2010-2012. Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Dian Nuswantara Hal 1-17.
- Fahrizqi, Anggara. 2010. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia). Skripsi, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Felicia, Mungky & Ni Ketut Rasmini. 2015. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bei*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 12.2 (2015) : 143-153. Bali: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana (UNUD), Bali, Indonesia.
- Gill, A. (2008). Corporate Governance as Social Responsibility: A Research Agenda. Berkeley Journal of International Law. Vol.26 No. 2: 452-478

Gotama, Ahmad Zen. 2015. Analisis Faktor Fundamental Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Pada Daftar Efek Syariah. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Haq, Ahsanul, Mahyuni. 2017. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Kasus Pada Perusahaan-Perusahaan Jasa Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)*. Jurnal INTEKNA, Volume 17, No. 2, Nov 2017: 79-147. Banjarmasin: Pengajar Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Banjarmasin

Hermuningsih, Sri. (2012). Pengaruh Profitabilitas, Size terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Siasat Bisnis*. Vol.16 No. 2: 232-242

Indraswari, Gusti Ayu Dyah dan Ida, Bagus Putra Astika. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan CSR. *E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 289-302.

Januarti, Indira dan Apriyanti, Dini, 2005. Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan, *Jurnal MAKSI*. Vol 5 No.2 Agustus :227-243.

Krisna, Aditya Dharmawan & Novrys Suhardianto. 2016. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 18, No. 2, Surabaya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga

Kristiana, Chandra, Rispantyo, Djoko Kristianto. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi*. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi*

Informasi Vol. 12 Edisi 150 Khusus April 2016: 150 – 1158. Surakarta: Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

- Kurnianingsih, Heni Triastuti. 2013. *Pengaruh Profitabilitas Dan Size Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Vol. 13 No. 1/ Maret 2013*. Sumatera: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara.
- Liu, Qiao, & Lu, Zhou (Joe). 2007. Corporate Governance and Earning Management In The Chinese Listed Companies : A Tunneling Perspective. *Journal Of Corporate Finance* 13
- Luciana Spica Almilia. (2008). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sukarela Internet Financial And Sustainability Reporting. *Jaai Volume 12 No. 2, Desember: 117 – 131*.
- Nugroho, Firmansyah FA. 2011. Analisis Hubungan antara Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Karakteristik Tata Kelola Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Nur, Marzully, Denies Priantinah. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia)*, Jurnal. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nur, Marzully. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia). *NOMINAL*. Vol. 1. No. 1.

- Pradnyani, I Gusti Agung Arista, dan Eka Ardhani Sisdyani. 2015. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Dewan Komisaris Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana 326-344.
- Puspitasari, Apriani Daning. 2009. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia). Skripsi, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Reverte, C. (2009). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms. *Journal of Business Ethics*, 88, 351-366.
- Rio, Rita Maria., dan Sartika. 2013. Pengaruh Profitabilitas dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Sholihin, Muhammad Rijalus, Harnovinsah, Aulia, Yoosita. 2018. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan*, Volume 2, Nomer 2, September 2018 Hlm 110-130.
- Sholihin, Muhammad Rijalus. 2017 *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. *Profita*. Volume 10. No. 2, Universitas Mercu Buana
- Sulistyoningsih, Etik. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Naskah Publikasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Thai, Rezaul Kabir Hanh Minh, (2017), "*Does corporate governance shape the relationship between corporate social responsibility and financial performance?* ", Pacific Accounting Review, Vol. 29 Iss 2 pp

Wahyudin, Agus. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis dan Manajemen, Edisi Pertama. Semarang.

Wibowo, Eko Rahayu Pangestu. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. Naskah Publikasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wijaya, Maria. 2012. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi – Vol 1, No. 1, Januari 2012.

Yuniarti Gunawan, 2000 “ Analisis pengungkapan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta”, Simposium Nasional Akuntansi III

LAMPIRAN

Lampiran 1

Daftar Perusahaan

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ADES	Akasha Wira International Tbk
2	AKPI	Argha Karya Prima Ind. Tbk
3	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk
4	AMIN	PT Ateliers Mecaniques D'Indonesie Tbk.
5	ASII	Astra International Tbk
6	AUTO	Astra Otoparts Tbk
7	BIRD	PT Blue Bird Tbk
8	BRPT	Barito Pacific Tbk
9	BUDI	PT Budi Starch & Sweetener Tbk.
10	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
11	DLTA	Delta Jakarta Tbk
12	GGRM	Gudang Garam Tbk
13	HMSP	HM Sampoerna Tbk
14	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
15	IMPC	PT Impack Pratama Industri Tbk
16	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
17	INDS	Indospring Tbk
18	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk
19	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk
20	IPOL	Indopoly Swakarsa Industry Tbk
21	JECC	Jembo Cable Company Tbk
22	JPFA	JAPFA Comfeed Indonesia Tbk
23	KBLI	KMI Wire and Cable Tbk
24	KINO	PT Kino Indonesia Tbk
25	KLBF	Kalbe Farma Tbk
26	PBRX	Pan Brothers Tbk
27	PTSN	Sat Nusapersada Tbk
28	ROTI	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk
29	SIDO	PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul Tbk
30	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk
31	SMSM	Selamat Sempurna Tbk
32	SRIL	PT Sri Rejeki Isman Tbk
33	TKIM	Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk
34	TPIA	PT Chandra Asri Petrochemical Tbk
35	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk
36	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry Tbk
37	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
38	WSBP	PT Waskita Beton Precast Tbk.

Lampiran 2

91 indikator 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
-Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi
-Dampak Ekonomi Tidak	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
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 signifikan dipengaruhi
		EN10	Persentase dan total volume air yang
-Keanekaragaman Hayati		EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan
		EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan
		EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan

	EN14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang nasional dengan habitat di tempat dipengaruhi operasional, berdasarkan risiko kepunahan
-Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak
	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung
	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
	EN24	Jumlah dan volume total tambahan signifikan

	EN25	Bobot limbah yang dianggap menurut ketentuan konvensi basel 2 lampiran II, III, dan VIII yang diangkut, diekspor, atau diolah, dan persentase yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, nilai keanekaragaman hayati dari badan air habitat terkait yang secara signifikan dampak dari pembuangan dan air limpasan organisasi
-Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap lingkungan produk dan
	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 serta bahan untuk operasional dan pengangkutan tenaga kerja
-Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan
-asesmen pemasok atas	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
		Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan
-mekanisme pengaduan masalah lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan melalui mekanisme pengaduan resmi
KATEGORI SOSIAL		
SUB-KATEGORI: PRAKTEK KETENAGAKERJAAN		
-Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan

	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi purnawaktu yang tidak diberikan karyawan sementara atau paru 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
-kesehatan dan Keselamatan Kerja VV	LA5	Persentase total tenaga kerja yang dalam komite bersama formal pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan 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 tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka

	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan
-Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender dan menurut
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna
	LA11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan
-keberagaman dan kesetaraan peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
-Kesetaraan Remunerasi	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 dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang di ajukan, di 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
	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

-Non-diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan
-kebebasan berserikat dan	HR4	<p>Operasi pemasok teridentifikasi</p> <p>.....</p> <p>mungkin melanggar atau berserikat melanggar hak untuk kebebasan berserikat dan perjanjian sama, dan tindakan yang diambil mendukung hak-hak tersebut</p>
-pekerja anak	HR5	<p>Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berserikat tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan</p>
-pekerja paksa atau Wajib Kerja	HR6	<p>Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berserikat tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja</p>

-praktik pengamanan	HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia diorganisasi yang relevan
-hak adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan
-Asesmen	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia
-asesmen pemasok atas hak 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 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
	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan
-Anti-Korupsi	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan
	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
-Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan
-Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait Anti Persaingan, anti-trust, praktik monopoli dan hasilnya
-Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap

-Asesmen Pemasok Atas	S09	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
	SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
-Mekanisme Pengaduan	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
SUB-KATEGORI: TANGGUNGJAWAB ATAS PRODUK		
-kesehatan keselamatan pelanggan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasasepanjang daur hidup, menurut jenis

-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

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

lampiran 3

Daftar CSR Perusahaan

No.	kode	2016	2017	2018
1	ADES	0,063291	0,088608	0,088608
2	AKPI	0,050633	0,101266	0,151899
3	AMFG	0,35443	0,329114	0,088608
4	AMIN	0,063291	0,075949	0,063291
5	ASII	0,126582	0,759494	0,240506
6	AUTO	0,063291	0,291139	0,265823
7	BIRD	0,227848	0,253165	0,202532
8	BRPT	0,025316	0,506329	0,35443
9	BUDI	0,126582	0,113924	0,101266
10	CPIN	0,050633	0,227848	0,050633
11	DLTA	0,050633	0,126582	0,139241
12	GGRM	0,075949	0,025316	0,151899
13	HMSP	0,075949	0,227848	0,177215
14	ICBP	0,177215	0,443038	0,493671
15	IMPC	0,063291	0,265823	0,227848
16	INDF	0,405063	0,746835	0,759494
17	INDS	0,177215	0,265823	0,21519
18	INKP	0,113924	0,253165	0,227848
19	INTP	0,151899	0,56962	0,683544
20	IPOL	0,227848	0,278481	0,265823
21	JECC	0,050633	0,278481	0,202532
22	JPFA	0,037975	0,468354	0,379747
23	KBLI	0,113924	0,189873	0,367089
24	KINO	0,050633	0,253165	0,329114
25	KLBF	0,139241	0,278481	0,468354
26	PBRX	0,113924	0,139241	0,21519
27	PTSN	0,189873	0,367089	0,316456
28	ROTI	0,253165	0,21519	0,35443
29	SIDO	0,189873	0,151899	0,303797
30	SMGR	0,101266	0,316456	0,189873
31	SMSM	0,088608	0,43038	0,367089
32	SRIL	0,126582	0,189873	0,303797
33	TKIM	0,063291	0,139241	0,291139
34	TPIA	0,113924	0,405063	0,468354
35	TSCP	0,063291	0,050633	0,025316
36	ULTJ	0,050633	0,253165	0,164557
37	UNVR	0,151899	0,632911	0,607595
38	WSBP	0,063291	0,531646	0,759494

Lampiran 4

Daftar Nilai Profitabilitas

No.	Kode	2016	2017	2018
1	ADES	14,54649989	9,040426845	10,98909764
2	AKPI	4,677876057	1,183545372	5,205423408
3	AMFG	7,236034923	1,086794499	0,183392064
4	AMIN	21,30717935	21,30717935	21,45778413
5	ASII	13,08164053	14,77332993	15,69828461
6	AUTO	4,588035296	5,091338699	6,044238827
7	BIRD	10,94226925	8,669671512	7,321981343
8	BRPT	19,31801863	14,03234999	8,958632027
9	BUDI	3,315416032	3,824474764	4,114770352
10	CPIN	15,7191764	15,90024088	23,47194141
11	DLTA	25,13984614	24,44186092	26,33074903
12	GGRM	16,86544219	18,38297328	17,26678659
13	HMSP	37,34374183	37,14284751	38,28927295
14	ICBP	19,62778088	17,43316016	20,51680198
15	IMPC	10,26586915	7,083165758	7,689996721
16	INDF	16,80698415	11,00389967	9,940242564
17	INDS	2,396268685	5,298327934	5,044447973
18	INKP	7,191459417	12,84423058	15,59594351
19	INTP	14,80685174	7,573626005	4,938646148
20	IPOL	4,166159899	1,555043003	3,138199611
21	JECC	28,1548726	15,22857796	14,5145936
22	JPFA	23,16880089	11,30922897	22,05818259
23	KBLI	25,30290166	20,09093481	11,60282106
24	KINO	9,277839643	5,310012838	6,864330164
25	KLBF	18,86163162	17,65687202	16,32774191
26	PBRX	5,836491002	3,329068409	6,488672932
27	PTSN	2,394417971	0,974518626	17,22904439
28	ROTI	19,39192689	4,799962654	4,359813073
29	SIDO	17,42367793	18,43314519	22,87072963
30	SMGR	14,83279505	5,491593805	9,425942022
31	SMSM	31,78319742	30,37921785	29,46364585
32	SRIL	17,92932204	15,38707712	16,37897092
33	TKIM	0,816687618	3,207713745	19,89248574
34	TPIA	26,28829047	19,12450819	10,29989091
35	TSCP	11,76831482	10,96691578	9,94649839
36	ULTJ	20,34331141	17,11413673	14,69347571
37	UNVR	135,8486716	135,3960306	120,2069824
38	WSBP	8,57226974	13,67195804	13,99935224

Lampiran 5

Daftar Nilai Leverage

No.	Kode	2016	2017	2018
1	ADES	0,499155	0,496557	0,244469
2	AKPI	0,571837	0,589625	0,571837
3	AMFG	0,34617	0,433794	0,34617
4	AMIN	0,358901	0,400536	0,045041
5	ASII	0,465659	0,471229	0,495586
6	AUTO	0,278924	0,271179	0,278924
7	BIRD	0,36133	0,243315	0,36133
8	BRPT	0,436562	0,446352	0,436562
9	BUDI	0,60264	0,593564	0,60264
10	CPIN	0,415111	0,359659	0,415111
11	DLTA	0,154803	0,146324	0,154803
12	GGRM	0,371514	0,368069	0,371514
13	HMSP	0,196039	0,209269	0,196039
14	ICBP	0,359876	0,357222	0,359876
15	IMPC	0,461499	0,438256	0,461499
16	INDF	0,465267	0,468308	0,465267
17	INDS	0,165185	0,119032	0,165185
18	INKP	0,590134	0,578524	0,590134
19	INTP	0,133061	0,149225	0,133061
20	IPOL	0,448714	0,445977	0,448714
21	JECC	0,707683	0,716097	0,70367
22	JPFA	0,513119	0,053551	0,513119
23	KBLI	0,293935	0,407137	0,374086
24	KINO	0,405672	0,365217	0,391203
25	KLBF	0,181411	0,163828	0,181411
26	PBRX	0,561814	0,590485	0,567246
27	PTSN	0,238192	0,248103	0,757796
28	ROTI	0,505846	0,381498	0,000336
29	SIDO	0,076894	0,083064	0,130336
30	SMGR	0,308692	0,387674	0,360068
31	SMSM	0,29923	0,251769	0,232374
32	SRIL	0,650422	0,629342	0,621595
33	TKIM	0,623329	0,61352	0,583431
34	TPIA	0,463822	0,441362	0,442255
35	TSCP	0,29617	0,316466	0,309674
36	ULTJ	0,176912	0,188989	0,140557
37	UNVR	0,719077	0,726369	0,611835
38	WSBP	0,460801	0,509593	0,482189

Lampiran 6

Daftar Nilai Ukuran Perusahaan

No.	Kode	2016	2017	2018
1	ADES	0,499155	0,496557	0,244469
2	AKPI	0,571837	0,589625	0,571837
3	AMFG	0,34617	0,433794	0,34617
4	AMIN	0,358901	0,400536	0,045041
5	ASII	0,465659	0,471229	0,495586
6	AUTO	0,278924	0,271179	0,278924
7	BIRD	0,36133	0,243315	0,36133
8	BRPT	0,436562	0,446352	0,436562
9	BUDI	0,60264	0,593564	0,60264
10	CPIN	0,415111	0,359659	0,415111
11	DLTA	0,154803	0,146324	0,154803
12	GGRM	0,371514	0,368069	0,371514
13	HMSP	0,196039	0,209269	0,196039
14	ICBP	0,359876	0,357222	0,359876
15	IMPC	0,461499	0,438256	0,461499
16	INDF	0,465267	0,468308	0,465267
17	INDS	0,165185	0,119032	0,165185
18	INKP	0,590134	0,578524	0,590134
19	INTP	0,133061	0,149225	0,133061
20	IPOL	0,448714	0,445977	0,448714
21	JECC	0,707683	0,716097	0,70367
22	JPFA	0,513119	0,053551	0,513119
23	KBLI	0,293935	0,407137	0,374086
24	KINO	0,405672	0,365217	0,391203
25	KLBF	0,181411	0,163828	0,181411
26	PBRX	0,561814	0,590485	0,567246
27	PTSN	0,238192	0,248103	0,757796
28	ROTI	0,505846	0,381498	0,000336
29	SIDO	0,076894	0,083064	0,130336
30	SMGR	0,308692	0,387674	0,360068
31	SMSM	0,29923	0,251769	0,232374
32	SRIL	0,650422	0,629342	0,621595
33	TKIM	0,623329	0,61352	0,583431
34	TPIA	0,463822	0,441362	0,442255
35	TSCP	0,29617	0,316466	0,309674
36	ULTJ	0,176912	0,188989	0,140557
37	UNVR	0,719077	0,726369	0,611835
38	WSBP	0,460801	0,509593	0,482189

Lampiran 7

Daftar Nilai Kepemilikan Saham Publik

No.	Kode	2016	2017	2018
1	ADES	8,476085	8,476074	8,476074
2	AKPI	31,39707	15,44111	15,24957
3	AMFG	15,17565	15,17081	15,15237
4	AMIN	22,22222	22,22222	20,60756
5	ASII	49,8452	49,8452	49,83551
6	AUTO	20	20	20
7	BIRD	15,83473	16,08452	20,65398
8	BRPT	28,97176	26,33451	24,60407
9	BUDI	46,59768	46,59768	46,59768
10	CPIN	44,46434	44,46329	44,46612
11	DLTA	18,32889	18,32889	15,41195
12	GGRM	23,78018	23,78018	23,78018
13	HMSP	7,5	7,5	7,5
14	ICBP	19,46705	19,46705	19,46705
15	IMPC	30,97999	8,999256	8,50178
16	INDF	49,9172	49,9172	49,91628
17	INDS	11,45647	11,45647	11,45647
18	INKP	47,27687	47,27687	47,01266
19	INTP	48,99857	48,99857	48,99857
20	IPOL	26,62528	21,45934	18,96781
21	JECC	9,852315	9,852315	9,852315
22	JPFA	36,84465	36,80924	35,83652
23	KBLI	41,47998	44,93393	37,01347
24	KINO	9,533482	9,191084	9,018499
25	KLBF	43,49089	43,22345	43,03448
26	PBRX	46,84591	52,15802	46,15813
27	PTSN	9,997386	9,997386	9,997386
28	ROTI	30,61908	29,71735	25,60095
29	SIDO	18,19646	18,22241	18,22907
30	SMGR	48,99442	48,99442	48,99442
31	SMSM	33,87921	33,87921	33,88953
32	SRIL	43,88094	39,89176	39,89176
33	TKIM	40,39267	34,58727	40,32729
34	TPIA	3,186468	8,329225	8,26961
35	TSCP	21,58135	21,0754	14,76615
36	ULTJ	51,41995	29,29665	29,19663
37	UNVR	15,00816	15,00816	15,00816
38	WSBP	40	40	40

Lampiran 8

Daftar Nilai Ukuran Dewan Komisaris

No.	Kode	2016	2017	2018
1	ADES	3	3	3
2	AKPI	6	6	6
3	AMFG	6	6	6
4	AMIN	2	2	2
5	ASII	12	12	10
6	AUTO	8	8	8
7	BIRD	8	8	8
8	BRPT	3	3	3
9	BUDI	3	3	3
10	CPIN	2	3	3
11	DLTA	5	5	7
12	GGRM	3	4	4
13	HMSP	5	6	7
14	ICBP	7	7	7
15	IMPC	3	2	2
16	INDF	8	8	8
17	INDS	3	3	3
18	INKP	7	7	7
19	INTP	7	7	6
20	IPOL	3	3	3
21	JECC	3	5	6
22	JPFA	5	6	6
23	KBLI	5	6	6
24	KINO	4	4	4
25	KLBF	7	9	7
26	PBRX	3	3	3
27	PTSN	3	3	3
28	ROTI	3	3	3
29	SIDO	3	3	5
30	SMGR	7	7	7
31	SMSM	3	2	2
32	SRIL	3	3	3
33	TKIM	6	6	7
34	TPIA	7	7	7
35	TSCP	6	5	5
36	ULTJ	3	3	3
37	UNVR	5	5	5
38	WSBP	4	4	5