

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL *RESPONSIBILITY*
(CSR)**

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek
Indonesia Tahun 2013-2017)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S-1**



Disusun Oleh:
Dwi Saputri
NIM 14.0102.0113

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2019**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)***

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek
Indonesia (BEI) Tahun 2013-2017)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Magelang**

Disusun Oleh :
Dwi Saputri
NIM. 14.0102.0113

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2019**

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Dwi Saputri

NPM 14.0102.0113

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal **15 Agustus 2019**

Susunan Tim Penguji

Pembimbing

Lilik Andriani, S.E., M.Si.

Pembimbing I

Annisa Hakim Purwantini, S.E., M.Sc.

Pembimbing II

Tim Penguji

Lilik Andriani, S.E., M.Si.

Ketua

Siti Noor Khikmah, S.E., M.Si., Ak.

Sekretaris

Farida, S.E., M.Si., Ak., CA.

Anggota

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana S1

Tanggal

OCT 2019

Dra. Marlina Kurnia, MM

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dwi Saputri
NIM : 14.0102.0113
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek
Indonesia (BEI) Tahun 2013-2017)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian surat pernyataan saya buat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan bilamana diperlukan.

Magelang, 15 Agustus 2019

Pembuat Pernyataan



Dwi Saputri

NIM 14.0102.0113

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Dwi Saputri
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat,tanggal lahir : Kebumen, 28 Desember 1996
Agama : Islam
Alamat Rumah : Dusun Wanasari Kidul RT 03 RW 04 Demangsari
Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen 54473
Alamat Email : dwisaputtri.maf@gmail.com
Pendidikan Formal
SD : SD Negeri 2 Demangsari
SMP : SMP Negeri 1 Ayah
SMK : SMK Muhammadiyah Ayah
Perguruan Tinggi : SI Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang

Pengalaman Organisasi

1. Sekretaris IPM Ranting Ayah
2. Bendahara IPM Ranting Ayah
3. Tapak Suci Putra Muhammadiyah
4. Sekretaris IMM Komek FEB UMMgl
5. Instruktur Pimpinan Cabang IMM UMMgl

Magelang, 15 Agustus 2019

Pembuat Pernyataan,



Dwi Saputri

14.0102.0113

MOTTO

“Laa Tahzan....”

“I never dreamed about succes, I work for it”

-Este Lauder-

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul **"ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017).**"

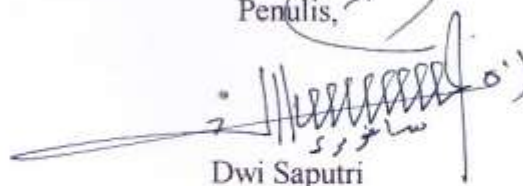
Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ayah dan Ibu saya, Bapak Saikin dan Ibu Darminah yang selalu memberi dukungan moral dan materi serta kepercayaan terhadap saya.
2. Ibu Lilik Andriani, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah menghabiskan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
3. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
4. Keluarga tercintaku, Mba Siti Sariyah, Dek Aini Nur Istiqomah, Dek Uwais Al Qarni, Mas Mudiyanto, yang selalu mendukung, mendoakan dan memotivasi penuh sampai saat ini.
5. Mas Arif Setyawan yang selalu mendukung, memotivasi, membantu dan menemani dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
6. Saudara seperjuangan di UMMgl Saras Nurlaeli, Fina Putri A, Posseng, Triyana Yulia, Monika Mayasari, dan teman-teman lainnya yang telah mengorbankan waktunya untuk selalu membantu, mendoakan serta memberi semangat dalam proses perkuliahan maupun proses penyusunan skripsi ini.

Magelang, 15 Agustus 2019.

Penulis,



Dwi Saputri

NIM. 14.0102.0113

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Surat Pernyataan	iii
Daftar Riwayat Hidup	iv
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
Abstrak.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kontribusi Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSATKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	9
A. Telaah Literatur.....	9
1. <i>Stakeholders Theory</i>	9
2. Agency Theory	10
3. Corporate Social Responsibility	11
4. Kepemilikan Institusional.....	12
5. Umur Perusahaan.....	13
6. Ukuran Perusahaan.....	14
7. Profitabilitas	14
8. <i>Leverage</i>	16
10. Ukuran Dewan Komisaris	17
11. Ukuran Komite Audit	17
B. Telaah Penelitian Sebelumnya	19
C. Pengembangan Hipotesis	23
D. Model Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Populasi Dan Sampel	33

B. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	34
1. Variabel Dependen	34
2. Variabel Independen	35
C. Metode Analisis Data	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Sampel Penelitian	47
B. Statistik Deskriptif	47
C. Uji Asumsi Klasik	51
D. Analisis Data	55
E. Uji Hipotesis	57
F. Pembahasan	63
BAB V KESIMPULAN	74
A. Kesimpulan	74
B. Keterbatasan Penelitian	75
C. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Nilai Kualitas CSR.....	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Pengambila Keputusan Autokorelasi	41
Tabel 4.1 Hasil Pengambilan Sampel Perusahaan Manufaktur	48
Tabel 4.2 Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Data.....	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Glejser Setelah Penyembuhan Data.....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Run Test.....	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi.....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	57
Tabel 4.10 Hasil Uji F	58
Tabel 4.11 Hasil Uji t	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	30
Gambar 3.1 Uji Penerimaan F.....	45
Gambar 3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan H0 Positif (Uji F).....	46
Gambar 3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan H0 Negatif (Uji F)	47
Gambar 4.1 Nilai Uji F.....	59
Gambar 4.2 Nilai Uji t Kepemilikan Institusional	60
Gambar 4.3 Nilai Uji t Umur Perusahaan	61
Gambar 4.4 Nilai Uji t Ukuran Perusahaan	62
Gambar 4.5 Nilai Uji t Profitabilitas	62
Gambar 4.6 Nilai Uji t <i>Leverage</i>	63
Gambar 4.7 Nilai Uji t Dewan Komisaris.....	63
Gambar 4.8 Nilai Uji t Komite Audit.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Sampel Perusahaan.....	82
Lampiran 2. Data Mentah	83
Lampiran 3. Pengukuran CSR	86
Lampiran 4. Perhitungan Kepemilikan Institusional	94
Lampiran 5. Perhitungan Umur Perusahaan	97
Lampiran 6. Perhitungan Ukuran Perusahaan.....	100
Lampiran 7. Perhitungan Profitabilitas	103
Lampiran 8. Perhitungan <i>Leverage</i>	106
Lampiran 9. Perhitungan Dewan Komisaris dan Komite Audit	109
Lampiran 10. Hasil Olah Data	112
Lampiran 11. Tabel t.....	117

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek
Indonesia Tahun 2013-2017)**

**Oleh:
Dwi Saputri**

Corporate Social Responsibility merupakan salah satu elemen yang penting bagi perusahaan untuk keberlanjutan usahanya karena CSR menggabungkan aspek ekonomi, lingkungan dan sosial. Setiap perusahaan memuliakan citra dari CSR sebagai tindakan yang dilaksanakan secara praktis terhadap konsep keberlanjutan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan perusahaan. Berdasarkan metode pengambilan sampel dengan *purposive sampling* dengan periode penelitian selama 5 tahun dari tahun 2013 sampai dengan 2017 diperoleh sampel sebanyak 18 perusahaan. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan institusional, Profitabilitas, Leverage, dan Komite Audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

**Kata Kunci : CSR, Kepemilikan Institusional, Umur Perusahaan, Ukuran
Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dewan Komisaris, Komite
Audit**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, perusahaan yang tumbuh dan berkembang mempunyai tujuan utama yaitu memperoleh profitabilitas dan mendapatkan pencitraan yang baik dari para *stakeholder* maupun masyarakat. Namun, pandangan tersebut semakin lama semakin terpatahkan kearah yang lebih kompleks yaitu bagaimana masyarakat sebagai pengguna (*user*) hasil produk dari perusahaan mengakui kredibilitas perusahaan tersebut. Sebab, perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan lingkungan yang tidak lepas darinya. Mengingat hal tersebut sangat penting maka wajib bagi perusahaan untuk turut serta dalam menjaga dan peduli terhadap aspek sosial bagi masyarakat maupun lingkungan dimana perusahaan tersebut beroperasi. Konsep ini dinamakan dengan istilah *Corporate Social Responsibility* atau CSR.

Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang bidang usahanya dibidang terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggungjawab sosial lingkungan. Undang-Undang tersebut (Pasal 66 ayat 2c) mewajibkan semua perseroan untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam Laporan Tahunan. Pelaporan tersebut merupakan pencerminan dari perlunya akuntabilitas perseroan atas pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga para *stakeholder* dapat menilai pelaksanaan kegiatan tersebut.

Pada tahun 2016 *Riset Centre For Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapura (NUS) Business School*

melakukan penelitian terhadap 100 perusahaan di empat negara yakni Indonesia, Malaysia, Singapura dan Thailand.

Tabel 1.1
Nilai Kualitas CSR

No	Negara	Nilai Kualitas CSR (0-100)
1.	Thailand	56,8
2.	Singapura	48,8
3.	Indonesia	48,4
4.	Malaysia	47,7

Sumber: www.cnnindonesia.com

Berdasarkan data dari Tabel 1.1 menunjukkan bahwa hasil riset memperlihatkan Indonesia menjadi salah satu negara dengan kualitas implementasi CSR rendah dengan nilai 48,4 dari total 100, sementara Thailand dengan kualitas implementasi CSR paling tinggi dengan nilai 56,8. Dan nilai Singapura dan Malaysia sendiri masing-masing mendapatkan nilai 48,8 dan 47,7.

Masih rendahnya kualitas CSR di Indonesia ditandai dengan banyaknya kasus pelanggaran CSR yang dilakukan oleh perusahaan (Ambarador, 2013). Kasus CSR di Indonesia pada tahun 2016 adalah 133 kasus, meningkat dibanding tahun 2015 yang hanya 88 kasus. Salah satunya terjadi pada tahun 2016, karena kurangnya pengawasan dalam mengawasi pembuangan limbah industri wilayah Rancaekek ke Sungai Cikijing membuat masyarakat mengalami kerugian besar. Hasil studi *Greenpeace* beserta tim peneliti Institut Ekologi dari Universitas Padjajaran mengungkapkan bahwa kerugian masyarakat akibat pencemaran limbah tersebut mencapai Rp 11,385 triliun dalam 12 tahun terakhir (www.kompas.com).

Di tahun 2017, hampir 80% industri manufaktur di wilayah Jawa Barat melanggar aturan soal pembuangan limbah cair. Ratusan pabrik yang berdiri dikawasan aliran Sungai Citarum sebagian besar melakukan pelanggaran dengan membuang limbahnya ke aliran sungai. Hal itu membuat Sungai Citarum, semakin termcemar limbah berbahaya (www.jabarprov.go.id).

Ditahun 2018, tingkat pencemaran laut di Indonesia juga masih sangat tinggi. Pencemaran berat terutama terjadi dikawasan laut dekat muara sungai dan kota-kota besar. Pencemaran laut ini juga terjadi hampir diseluruh pesisir lautan di Indonesia. Teluk Jakarta kawasan dengan pencemaran laut terparah. Warna air laut teluk ini semakin menghitam dan sampah yang rapat mengambang dipermukaan air. Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) menyebutkan pencemaran air itu berasal dari limbah domestik dan industri yang dibawa 13 sungai bermuara disana (<https://bulelengkab.go.id/>).

Survey global yang dilakukan oleh *The Economist Intelligence Unit* menunjukan bahwa 85% eksekutif senior dan investor dari berbagai organisasi menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan, selain itu hampir 70% konsumen diantaranya sangat memperhatikan isu-isu sosial, seperti *sustainability*, isu HAM, dan *fair trade* sebelum mengkonsumsi suatu barang. Untuk mempertahankan daya saing pasar perusahaan di Indonesia patut mengimplementasikan praktik bisnis berkelanjutan (www.cnnindonesia.com).

Penelitian yang dilakukan oleh Leksono & Adi (2018), Haq & Mahyuni (2017), Evandini & Darsono (2014), Pratiwi & Ismawati (2017), menunjukan bahwa variabel profitabilitas, berpengaruh positif terhadap pengungkapan

Corporate Social Responsibility. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Christiawan (2014), dan Agus (2011) menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Leksono & Adi (2018), Haq & Mahyuni (2017), Evandini & Darsono (2014) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Felicia & Rasmini (2015), Liza (= (2014), Nur & Priantinah (2012) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Restu & Muhammad (2017), Evandini & Darsono (2014), Nur Priantinah (2012), dan Utami (2010) menunjukkan bahwa Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Leksono & Adi (2018), Haq & Mahyuni (2017), Krisna & Suhardianto (2016) berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh hasil yang lebih konsisten dengan mengembangkan pada penelitian yang dilakukan Wuttichindanon (2017) dengan hasil penelitian yaitu, kepemilikan pemerintah, umur perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya **pertama**, Wuttichindanon (2017) melakukan penelitian pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Thailand. Menurut data Kementrian Keuangan, perusahaan manufaktur di Indonesia menjadi sektor unggulan dalam mendorong percepatan pembangunan dan pemerataan ekonomi nasional. Periode Desember 2018, industri pengolahan

atau manufaktur masih memberikan kontribusi tertinggi kepada Negara yaitu sebesar 315,13 triliun rupiah. Sektor manufaktur merupakan sektor pengelolaan yang menggunakan sumber daya sekitar serta memiliki dampak cukup besar terkait dengan pencemaran lingkungan akibat dari limbah pabrik (kemenkeu.go.id). Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini menggunakan sampel perusahaan dari sektor pengolahan atau manufaktur.

Kedua, mengganti variabel kepemilikan pemerintah dengan kepemilikan institusional Prastuti & Budiasih (2015) dikarenakan kepemilikan institusional menjadi salah satu saham mayoritas dari kepemilikan lainnya. Peningkatan kepemilikan saham institusional menyebabkan pengawasan yang ketat terhadap kinerja manajemen. Semakin besar *intitusal ownership* maka semakin kuat kendali yang dilakukan pihak eksternal terhadap perusahaan. **Ketiga**, menambahkan variabel dewan komisaris dan komite audit dari penelitian Restu & Muhammad (2017). Penambahan dua variabel tersebut merupakan beberapa komponen internal perusahaan yang berkaitan erat dengan keberhasilan CSR perusahaan. Agar dapat berhasil, CSR harus terhubung dengan misi perusahaan secara keseluruhan dan strategi perusahaan. Dewan komisaris bertugas mengawasi serta mengkaji dan memberi persetujuan atau keputusan yang dibuat oleh pihak manajemen atau direksi. Komite audit harus dapat memastikan bahwa perusahaan telah melaksanakan dan mematuhi semua peraturan hukum serta aturan lainnya yang berlaku serta memastikan perusahaan menjalankan kegiatan usahanya secara etis (Dilling, 2010).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR?
2. Apakah terdapat pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR?
3. Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR?
4. Apakah terdapat pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR?
5. Apakah terdapat pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR?
6. Apakah terdapat pengaruh dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR?
7. Apakah terdapat pengaruh komite audit terhadap pengungkapan CSR?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah yaitu:

1. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR.
2. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR.
3. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.
4. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.

5. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR.
6. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR.
7. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh komite audit terhadap pengungkapan CSR.

D. Kontribusi Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk memberikan sumbangan pemikiran guna mendukung pengembangan teori yang sudah ada dan memperluas ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan disiplin ilmu ekonomi akuntansi dan keuangan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan masukan bagi perusahaan khususnya perusahaan manufaktur untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan secara optimal dan mensosialisasikan kegiatan tersebut ke publik dalam laporan tahunan (*annual report*).

b. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan wacana dalam mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan perusahaan yang perlu diperhitungkan dalam investasi.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan landasan pemikiran untuk memperbaiki keterbatasan-keterbatasan yang ada dalam penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Telaah Literatur

1. *Stakeholders Theory*

Semua *stakeholders* memiliki hak untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang mempengaruhi mereka. Pada awalnya, pemegang saham sebagai satu-satunya *stakeholders* perusahaan. Pandangan ini didasarkan pada argumen yang disampaikan Friedman (1962) yang mengatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan kemakmuran pemiliknya. Namun demikian, Freeman (1983) tidak setuju dengan pandangan ini dan memperluas definisi *stakeholders* dengan memasukkan konsisten yang lebih banyak, termasuk kelompok yang tidak menguntungkan (*adversarial group*) seperti pihak yang memiliki kepentingan tertentu dan regulator (Gozali&Chariri,2007).

Menurut Ghazali & Chariri (2007), teori *stakeholders* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholders* (kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat analis dan pihak lain). Kelompok *stakeholders* inilah yang menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkapkan atau tidak suatu informasi didalam laporan perusahaan tersebut. Tujuan utama dari teori *stakeholders* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan pencipta nilai sebagai

dampak dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul bagi *stakeholders*.

Meskipun teori *stakeholders* hanya mampu memperluas perspektif pengelolaan perusahaan dan menjelaskan dengan jelas hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholders*. Teori ini memiliki kelemahan, terletak pada fokus tersebut yang hanya tertuju pada cara-cara yang digunakan perusahaan dalam mengatur *stakeholders*-nya. Perusahaan hanya diarahkan pada *stakeholders* yang dianggap bermanfaat bagi perusahaan. Mereka yakin bahwa teori *stakeholders* mengabaikan pengaruh masyarakat luas (*society as a whole*) terhadap penyedia informasi dalam pelaporan keuangan (Ghozali&Chariri, 2007).

2. Agency Theory

Jensen & Meckling (1976) mendefinisikan hubungan keagenan kedalam teori agensi (*agency theory*) bahwa perusahaan merupakan kumpulan antara *principal* dan *agent* yang bertindak mengurus penggunaan dan pengendalian sumber daya tersebut. Karena hubungan pemegang saham dan manajer dari sebuah perusahaan sesuai dengan definisi dari hubungan kerjasama murni yaitu terkait dengan “pemisahan kepemilikan dan kontrol” dalam perusahaan, dimana kepemilikan berhubungan erat dengan masalah umum operasional. Jensen & Meckling (1976) mendefinisikan biaya agensi memuat elemen seperti, biaya pengawasan (*monitoring expenditure*) oleh pemegang saham, biaya yang dikeluarkan oleh manajemen untuk menghasilkan transparansi laporan, dan

biaya penjaminan (*bonding expenditure*) oleh manajemen. Biaya agensi berguna mengatasi dan mengurangi masalah keagenan yang terjadi maka timbul biaya keagenan (*agency cost*) yang akan ditunggu baik oleh *pricipal* maupun *agent*.

3. *Corporate Social Responsibility*

Menurut Griffin&Ebert (2007), CSR merupakan suatu konsep yang berhubungan namun merujuk pada seluruh cara bisnis berupaya menyeimbangkan komitmennya terhadap kelompok dan pribadi dalam lingkungan sosialnya.

Bowen (2013)mendefinisikan*Corporate Social Responsibility* (CSR)sebagai suatu kewajiban, untuk mengikuti kebijakan-kebijakan yang ada untuk membuat keputusan, atau untuk mengikuti tindakan yang diinginkan dalam arti objektif dan nilai yang ada didalam masyarakat. Elkington (1999) menggunakan istilah “*triple bottom line-profit, people, planet*”. Jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka perusahaan tersebut harus mempertahankan “3P” yang terdiri dari:

- 1) *Profit*.Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
- 2) *People*. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana

pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan sebagainya.

- 3) *Planet*. Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman dan pengembangan wisata (*Ekoturisme*).

Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat, serta lingkungan sekitar (Nurlela & Islahudin, 2008). Kemitraan ini merupakan tanggung jawab secara sosial antara *stakeholders*. Hal ini didukung oleh Suharto (2006), yang mendefinisikan bahwa CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, tetapi juga untuk membangun sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan. Dari definisi tersebut dapat dilihat bahwa satu aspek dalam pelaksanaan CSR adalah komitmen berkelanjutan dalam mensejahterakan komunitas lokal masyarakat sekitar.

4. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham oleh pihak-pihak yang berbentuk institusi seperti yayasan, bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi dan dana pensiun, perusahaan berbentuk perseroan (PT), dan institusi lainnya. Institusi biasanya dapat menguasai mayoritas saham, karena mereka sumber daya yang lebih besar dibandingkan dengan

pemegang saham lainnya. Oleh karena menguasai saham mayoritas, maka pihak institusional dapat melakukan pengawasan terhadap kebijakan manajemen secara lebih kuat dibandingkan dengan pemegang saham lainnya.

Menurut Jensen & Meckling (1976), salah satu cara mengurangi *agency cost* adalah dengan meningkatkan kepemilikan institusional yang berfungsi untuk mengawasi agen. Dengan kata lain, akan mendorong pengawasan yang optimal terhadap kinerja manajemen. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan presentase kepemilikan institusional dapat menurunkan presentase kepemilikan manajerial karena kepemilikan manajerial dan institusional bersifat saling menggantikan sebagai fungsi monitoring. Peningkatan kepemilikan institusional menyebabkan pengawasan yang ketat terhadap kinerja manajemen sehingga secara otomatis manajemen akan menghindari perilaku yang merugikan principal.

5. Umur Perusahaan

Dewi & Maswar (2013) menjelaskan bahwa umur perusahaan sebagai umur sejak berdirinya hingga perusahaan telah mampu menjalankan operasinya. Umur perusahaan menunjukkan kredibilitas maupun reputasi perusahaan di mata masyarakat (Santioso & Erlina, 2017). Umur perusahaan dapat digambarkan dalam kedewasaan perusahaan. Kedewasaan perusahaan akan membuat perusahaan yang bersangkutan memahami apa yang diinginkan oleh *stakeholders* dan *shareholders*. Perusahaan yang telah lama berdiri cenderung dianggap memiliki kinerja

yang baik sehingga tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut tinggi. Oleh karenanya, perusahaan yang telah lama berdiri tentu akan selalu menjaga stabilitas dan citra perusahaan tersebut.

6. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang skalanya besar biasanya cenderung lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial dari pada perusahaan yang mempunyai skala kecil. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan itu dikenal dalam masyarakat (Kinasih, 2012).

Menurut Cowen (1987) dalam Kurniasih (2014) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar terhadap masyarakat akan memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dan laporan tahunan akan digunakan untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial tersebut. Perusahaan besar lebih cenderung untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya daripada perusahaan dengan skala kecil. Menurut Bapepam No. 9 tahun 1995 berdasarkan ukuran perusahaan dapat digolongkan atas 2kelompok sebagai berikut:

1) Perusahaan Kecil

Perusahaan kecil merupakan badan hukum yang didirikan di Indonesia yang: (1) memiliki sejumlah kekayaan (total aset) tidak lebih dari Rp. 20.000.000.000; (2) bukan merupakan afiliasi dan dikendalikan oleh suatu perusahaan yang bukan perusahaan menengah/kecil; (3) bukan merupakan reksadana.

2) Perusahaan Menengah/Besar

Perusahaan menengah/besar merupakan kegiatan ekonomi yang mempunyai kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan usaha. Usaha ini meliputi usaha nasional (milik Negara atau swasta) dan usaha asing yang melakukan kegiatan di Indonesia.

Berbagai cara dapat dilakukan untuk mengklarifikasikan ukuran perusahaan yaitu berdasarkan jumlah karyawan, kapitalisasi pasar dan log total asset. Pada penelitian ini, ukuran perusahaan dilihat dari log total asset yang dimiliki perusahaan (Janra, 2015).

7. Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan adalah memperoleh laba yang maksimal. Dengan memperoleh laba yang maksimal, perusahaan dapat berbuat banyak bagi

kesejahteraan pemilik, karyawan serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru (Kasmir, 2011).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan. Terpenuhi tanggung jawab *agent* kepada *principal* memperoleh keuntungan, memberikan kelulusan kepada manajemen entitas untuk melakukan CSR sebagai strategi menjaga hubungan baik dengan stakeholder lainnya. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Anggraeni, 2006). Perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak informasi, karena ingin menunjukan kepada *public* dan *stakeholders* bahwa perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi dibanding dengan perusahaan lain pada industri yang sama (Almiyanti, 2014). Apabila perusahaan dapat mencapai rasio profitabilitas yang tinggi, maka akan memicu pihak manajemen untuk mengungkapkan informasi sosial sehingga mengurangi resiko adanya pandangan yang negatif dari pasar (Almiyanti, 2014).

8. *Leverage*

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan bergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar perusahaan untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah

lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Dengan demikian menggambarkan risiko keuangan perusahaan. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya yang dikeluarkan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Meckling, 1976). Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur.

9. Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara dan khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasehat kepada direksi. Dalam prakteknya, di Indonesia sering terjadi anggota dewan komisaris sama sekali tidak menjalankan peran pengawasannya yang sangat dasar terhadap dewan direksi. Secara hukum dewan komisaris bertugas melakukan pengawasan dan nasehat kepada direksi. Dewan komisaris dalam melaksanakan tugasnya harus mampu menguasai dipenuhinya kepentingan semua *stakeholders* berdasarkan atas kesetaraan. Semakin banyak dewan komisaris dalam suatu perusahaan, maka pengawasan dalam perusahaan akan semakin baik (Amirudin, 2013).

10. Komite Audit

Komite audit merupakan alat kelengkapan perusahaan yang bertanggung jawab kepada dewan komisaris. Komite audit bertugas

memastikan bahwa struktur pengendalian internal perusahaan dilakukan dengan baik. Pengawasan yang dilakukan oleh komite audit di dalam perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kualitas pengendalian internal dan kualitas pengungkapan informasi perusahaan (Ma & Jannah, 2016).

Keanggotaan komite audit sesuai dengan yang telah diatur oleh Bapepam dan Bursa Efek Indonesia, disebutkan bahwa komite audit yang dimiliki perusahaan minimal terdiri dari tiga orang, dan sekurang-kurangnya 1 (satu) orang berasal dari komisaris independen dan 2 (dua) orang anggota lainnya berasal dari luar perusahaan publik. Salah satu tugas komite audit adalah untuk memastikan bahwa struktur pengendalian internal perusahaan dilakukan dengan baik. Adanya anggota independen dalam komite audit adalah untuk memastikan bahwa struktur pengendalian internal perusahaan dilakukan dengan baik. Adanya anggota independen dalam komite audit dapat menjadi alat yang efektif untuk melakukan mekanisme pengawasan sehingga dapat mengurangi biaya agensi.

B. Telaah Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Variabel Penelitian	Hasil
1.	Leksono Adi (2017)	Variabel independen: Frekuensi pertemuan komite audit, ukuran perusahaan, profitabilitas dan <i>leverage</i> . Variabel dependen: Pengungkapan CSR.	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan komite audit, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
2.	Wuttichindanon (2017)	Variabel independen: Kepemilikan pemerintah, usia perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> . Variabel dependen: Pengungkapan CSR	Kepemilikan pemerintah, ukuran perusahaan, profitabilitas dan umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
3.	Haq & Mahyuni (2017)	Variabel independen: Ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , profitabilitas dan ukuran dewan komisaris. Variabel dependen: Pengungkapan tanggung jawab sosial.	Ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan <i>leverage</i> dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
4.	Prastiwi & Ismawati (2017)	Variabel independen: Tipe industri, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan profitabilitas. Variabel dependen: Pengungkapan CSR.	Tipe industri, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Naman Penulis	Variabel Penelitian	Hasil
5.	Robiah (2017)	Variabel independen: <i>Leverage, size</i> , dan kepemilikan manajerial. Variabel dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> .	<i>Leverage, size</i> dan kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> .
6.	Restu Muhammad (2017)	Variabel independen: Ukuran dewan komisaris, proporsi dewan komisaris, dan ukuran komite audit.	Ukuran dewan komisaris dan ukuran komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan proporsi dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
7.	Krisna & Suhardianto (2016)	Variabel independen: Ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> , Kepemilikan Institusional, ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi, ukuran komite audit. Variabel dependen: Penguungkapan Tanggung Jawab Sosial	Ukuran perusahaan dan komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan profitabilitas, <i>leverage</i> , kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris, dan ukuran dewan direksi tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
8.	Prastuti & Budiasih (2015)	Variabel independen: Kepemilikan institusional, umur perusahaan. Variabel dependen: Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	Umur perusahaan dan kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
9.	Felicia & Rasmini (2015)	Variabel independen: Ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> dan tipe perusahaan. Variabel dependen: Pengungkapan CSR.	Ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> , dan tipe perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Nama Penulis	Variabel Penelitian	Hasil
10.	Ningrum & Faisal (2014)	Variabel independen: Kepemilikan manajerial, kepemilikan asing, kepemilikan pemerintah. Variabel dependen: Pengungkapan CSR.	Kepemilikan manajerial, kepemilikan asing, kepemilikan pemerintah berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.
11.	Evandini & Darsono (2014)	Variabel independen: Profitabilitas, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, kepemilikan saham oleh public, <i>leverage</i> , pertumbuhan perusahaan. Variabel dependen: Pengungkapan CSR.	Ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. <i>Leverage</i> berpengaruh negative terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan profitabilitas, kepemilikan oleh saham public, dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
12.	Liza (2014)	Variable independen: Profitabilitas, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, jumlah dewan komisaris, frekuensi rapat dewan komisaris, jumlah dewan komisaris independen, komite audit. Variabel dependen: Pengungkapan <i>Corporate Sosial Responsibility</i> .	Profitabilitas, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan dan jumlah dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Frekuensi rapat dewan komisaris dan komite audit berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.
13.	Nur & Priantinah (2012)	Variabel independen: Profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham public, dewan komisaris, <i>leverage</i> , pengungkapan media. Variabel dependen: Pengungkapan CSR.	Profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham, dewan komisaris, <i>leverage</i> , dan pengungkapan media berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Nama Penulis	Variabel Penelitian	Hasil
14.	Santioso & Chandra (2012)	Variabel independen: Profitabilitas, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , umur perusahaan, proporsi dewan komisaris independen. Variabel dependen: Pengungkapan CSR	Profitabilitas, ukuran perusahaan, proporsi dewan komisaris independen memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan <i>leverage</i> , dan umur perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.
15.	Purwanto (2011)	Variabel independen: Tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas. Variabel dependen: Pengungkapan CSR.	Tipe industri, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
16	Utami (2010)	Variabel independen: Ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, dan umur perusahaan. Variabel dependen: Pengungkapan CSR	Ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, dan umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Sumber: Literatur terdahulu diolah, 2019

C. Pengembangan Hipotesis

1. Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan CSR.

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham oleh pihak-pihak yang berbentuk institusi seperti yayasan, bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi dana pension, perusahaan berbentuk perseroan (PT), dan institusi lainnya. Institusi biasanya dapat menguasai mayoritas saham Karena mereka sumber daya yang lebih besar dibandingkan dengan pemegang saham lainnya. Berdasarkan teori *stakeholders*, pengungkapan CSR dilakukan untuk menyeimbangkan konflik antar *stakeholders* (Friedman, 1962).

Semua perusahaan yang berstatus *go public* dan telah terdaftar di BEI adalah perusahaan-perusahaan yang sebagian besar sahamnya dimiliki oleh publik dan secara otomatis perusahaan harus melaporkan seluruh aktivitas dan keadaan perusahaan kepada public agar masyarakat sebagai salah satu bagian dari pemegang saham mengetahui keadaan perusahaan. Namun tingkat kepemilikan saham antara satu pihak dengan institusi lain yang berbeda-beda. Semakin tinggi tingkat kepemilikan institusional dalam perusahaan maka perusahaan tersebut diprediksi akan melakukan pengungkapan yang lebih tinggi. Hal ini terjadi karena adanya hubungan timbal balik yang kuat antara tanggung jawab perusahaan dengan pihak luar yaitu masyarakat (publik). Penelitian Prastuti & Budiasih (2015), Evandini & Darsono (2014), Nur & Priantinah (2012), dan Utami (2010) menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

H1: Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2. Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR.

Dewi & Maswar (2013) menjelaskan bahwa pengungkapan umur perusahaan sebagai umur sejak berdirinya hingga perusahaan telah mampu menjalankan operasinya. Berdasarkan teori *stakeholders*, CSR dilakukan untuk menyeimbangkan konflik antara *stakeholders* dengan pihak intern perusahaan (Friedman, 1962). Dengan adanya pengungkapan CSR, *stakeholders* dapat mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan perannya sesuai dengan keinginan *stakeholders*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya. Dalam hal ini perusahaan dapat menyesuaikan mengenai lebih banyak sedikitnya pengungkapan CSR berdasarkan kebutuhannya akan konflik tiap *stakeholders*.

Tujuan perusahaan menerbitkan laporan pertanggungjawaban atas kinerja sosial adalah untuk memberikan *feedback* kepada para *stakeholder*. Dengan pemberian sosial kepada *stakeholders* setiap tahun dan berkelanjutan, diharapkan mampu mengetahui apa yang diinginkan oleh *stakeholders*. Umur perusahaan dapat menunjukan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing (Santioso & Erlina, 2012). Dengan demikian, semakin lama umur perusahaan semakin banyak pengalaman dan pengetahuan konstitusinya atas informasi tentang perusahaan. Perusahaan besar mengeluarkan biaya produksi yang besar, aktivitas yang lebih padat, dampak yang lebih besar terhadap lingkungan dan proporsi yang besar, dampak yang lebih besar terhadap lingkungan dan proporsi pemegang saham yang besar kemungkinan besar

kepentingan tersendiri dengan program sosial perusahaan daripada perusahaan sedang ataupun kecil, sehingga menyebabkan tekanan politis yang besar bagi perusahaan untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya kepada publik.

Penelitian Wuttichindanon (2017), Santioso & Chandra (2012), dan Utami (2010) menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

3. Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR.

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata total aktiva (Wijaya, 2012). Berdasarkan teori keagenan Jensen & Mecking (1986), hubungan agensi muncul ketika satu atau lebih orang (*principal*) memerintah orang lain (*agent*) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal. Jika kedua belah pihak tersebut mempunyai tujuan yang sama untuk memaksimalkan nilai perusahaan, maka diyakini agen akan bertindak dengan cara yang sesuai dengan kepentingan prinsipal.

Ukuran perusahaan berhubungan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Disamping itu perusahaan besar merupakan emitem yang banyak disoroti,

pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa identiknya CSR dengan perusahaan besar ternama membawa implikasi lain. Bila perusahaan besar dan ternama melakukan perbuatan tidak etis, maka sorotan tajam publik akan mengarah kepada mereka, berbeda apabila dilakukan oleh perusahaan kecil, maka publik cenderung tidak peduli.

Dari sisi tenaga kerja, dengan semakin banyaknya jumlah tenaga kerja dalam suatu perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja akan semakin besar. Program berkaitan dengan tenaga kerja yang merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan, akan semakin banyak dilakukan oleh perusahaan. Hal ini berarti program tanggung jawab sosial perusahaan juga semakin banyak dan akan diungkapkan dalam laporan tahunan. Oleh karena itu, perusahaan yang lebih besar lebih dituntut untuk memperlihatkan atau mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Penelitian yang dilakukan Wuttichindanon (2017), Haq & Mahyuni (2017), Pratiwi & Ismawati (2017), Dharmawan Krisna (2016), Felicia & Rasmini (2015), Evandini & Darsono (2014), dan Liza (2014) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

4. Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR.

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Tujuan akhir perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang maksimal. Dengan memperoleh laba yang maksimal, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru (Kasmir, 2011). Berdasarkan teori *stakeholders*, pengungkapan CSR dilakukan untuk menyeimbangkan konflik antar *stakeholders* (Friedman, 1962). Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Heinze, 1976) dalam (Hackston & Milne, 1996).

Terpenuhinya tanggung jawab agen kepada prinsipal yaitu untuk memperoleh keuntungan, memberikan keleluasaan kepada manajemen entitas untuk melakukan CSR sebagai strategi menjaga hubungan baik dengan *stakeholders*. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Anggraini, 2006). Apabila perusahaan dapat mencapai rasio profitabilitas yang tinggi, maka akan memicu pihak manajemen untuk mengungkapkan informasi sehingga mengurangi resiko adanya pandangan yang negatif dari pasar (Almiyanti, 2014). Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosialnya.

Penelitian Wuttichindanon (2017), Leksono & Adi (2018), Haq & Mahyuni (2017), Pratiwi & Ismawati (2017), dan Felicia & Rasmini

(2015) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

5. *Leverage* terhadap Pengungkapan CSR.

Rasio *leverage* bertujuan untuk menganalisis pembelanjaan yang dilakukan berupa komposisi utang dan modal, serta kemampuan perusahaan untuk membayar bunga dan beban tetap lainnya (Sugiyono, 2009). Berdasarkan teori *stakeholders*, pengungkapan CSR dilakukan untuk menyeimbangkan konflik antar *stakeholders* (Friedman, 1962). Jika kedua belah pihak tersebut mempunyai tujuan yang sama untuk memaksimalkan nilai perusahaan maka diyakini agen akan bertindak dengan cara yang sesuai dengan kepentingan prinsipal. *Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan bergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan.

Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar perusahaan untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat *leverage* perusahaan, dengan demikian menggambarkan risiko keuangan perusahaan. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya yang dikeluarkan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi.

Penelitian Wuttichindanon (2017), Haq & Mahyuni (2017), Evandini & Darsono (2014), dan Santiono & Chandra (2012) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5 : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

6. Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan CSR.

Menurut Fama&Jensen (1983), dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian tertinggi, yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dewan komisaris bertugas dan bertanggung jawab untuk melaksanakan pengawasan dan memberikan nasehat kepada dewan direksi. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 97 yang menjelaskan bahwa komisaris bertugas mengawasi kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan serta memberikan nasehat kepada direksi.

Berdasarkan teori keagenan Jensen & Meckling (1976), hubungan agensi muncul ketika satu atau lebih orang (*principal*) memerintah orang lain (*agent*) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal. Teori agensi telah digunakan secara luas dalam penelitian tentang dewan komisaris, hal ini dilakukan dengan membagi tipe anggota dewan komisaris menjadi dua, *outside* dan *inside directors*. Dewan komisaris yang terdiri dari *outside* dan *inside directors* akan memiliki akses informasi khusus berharga yang dapat membantu dewan komisaris dan menjadikannya

sebagai alat efektif dalam keputusan pengendalian (Fama&Jensen, 1983). Untuk mewujudkan akuntabilitas perusahaan, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas, sehingga perusahaan memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial.

Penelitian Restu &Muhammad (2017), Evandini & Darsono (2014), Liza (2014) danUtami (2010)menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6 : Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengaruh pengungkapan CSR.

7. Komite Audit terhadap Pengungkapan CSR.

Komite audit merupakan alat kelengkapan perusahaan yang bertanggung jawab kepada dewan komisaris. Komite audit bertugas memastikan bahwa struktur pengendalian internal perusahaan dilakukan dengan baik(Ma& Jannah, 2016). Berdasarkan teori keagenan Jensen & Meckling (1976) hubungan agensi muncul ketika satu atau lebih orang memerintah yang lain untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal. Komite audit merupakan komite yang bertugas membantu dewan komisaris dalam melakukan pengawasan terhadap manajemen. Berdasarkan keputusan Ketua Bapepam Nomor Kep-29/PM/2004 dalam peraturan Nomor IX.1.5 disebutkan bahwa komite audit yang dimiliki oleh

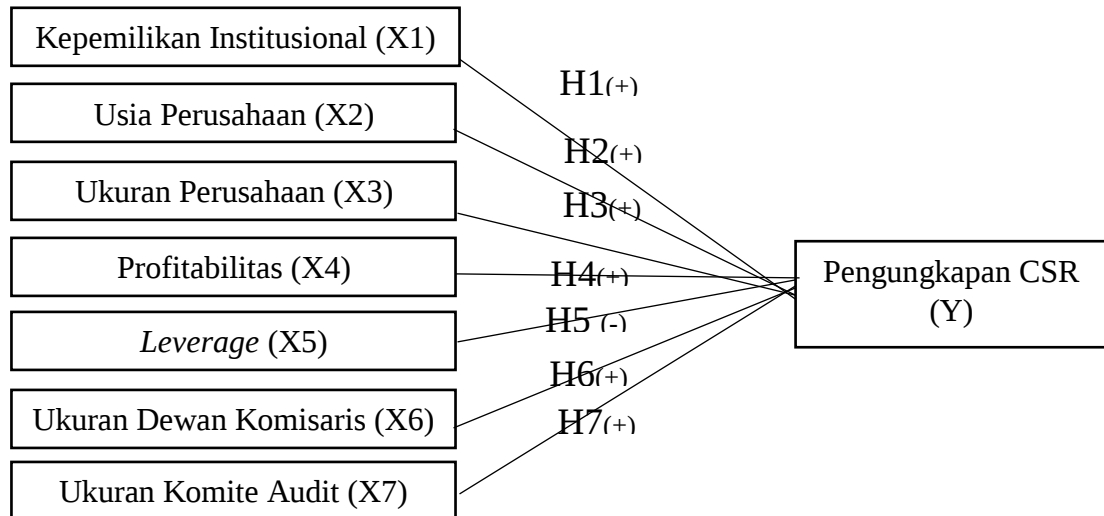
perusahaan minimal terdiri dari tiga orang dimana sekurang-kurangnya satu orang berasal dari anggota komisaris independen dan dua orang lainnya berasal dari luar emitem atau perusahaan publik.

Komite audit merupakan alat yang efektif untuk melakukan mekanisme pengawasan, sehingga dapat mengurangi biaya agensi dan meningkatkan kualitas pengungkapan perusahaan. Fooker (1992) menyatakan bahwa keberadaan komite berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan sukarela yang dilakukan perusahaan. Dengan demikian ukuran komite audit yang semakin besar diharapkan pengawasan yang dilakukan akan semakin baik dan dapat meningkatkan pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Penelitian Restu & Muhammad (2017), Dharmawan & Krisna (2016) menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H7 : Komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

D. Model Penelitian



Gambar 2.1
Model Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Populasi Dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2008). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2017. Sedangkan sampel merupakan subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil dikarenakan banyak kasus yang terjadi, sehingga memungkinkan tidak semua populasi dapat digunakan. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2017 dengan menggunakan *purposive sampling*, yakni teknik pengambilan sampel yang *representative* sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Adapun kriteria sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2017
- 2) Perusahaan tidak mengalami kerugian dalam laporan keuangan pada tahun pengamatan.
- 3) Perusahaan yang memiliki kelengkapan data yang dibutuhkan dalam penelitian setiap masing-masing variabel.

B. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

1. Variabel Dependen

a. Pengukuran CSR

CSR merupakan suatu proses bagi suatu perusahaan untuk secara sukarela menginterpretasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan menggunakan stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi dibidang hukum (Wijaya, 2012). Indikator pengungkapan terdiri dari: Ekonomi, Lingkungan, Ketenagakerjaan, Hak Asasi Manusia, Masyarakat, dan Tanggung Jawab atas Produk.

Pengukuran pengungkapan CSR diukur dengan porsi Corporate Social Responsibility (CSR) berdasarkan *Indicator Global Reporting Initiative* GRI 4. GRI 4 terdiri dari 91 item. Metode pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pengukuran yang telah dilakukan oleh (Ambarador, 2013).

Adapun rumus perhitungan CSR dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$CSRI_j$: Pengungkapan Corporate Social Responsibility perusahaan j

$\sum xi$: Jumlah item yang diungkapkan perusahaan. (Dinotasikan dengan angka 1 jika item i diungkapkan, dan angka 0 jika item i tidak diungkapkan.

n_i : Total item (91)

2. Variabel Independen

a. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan saham institusional adalah kepemilikan saham oleh pihak-pihak yang berbentuk institusi, seperti bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dana pension, dan institusi lainnya. Apabila suatu perusahaan terdapat lebih dari satu kepemilikan institusi yang dimiliki saham perusahaan, maka kepemilikan saham diukur dengan menghitung total seluruh saham yang dimiliki oleh seluruh kepemilikan institusi.

Metode pengukuran kepemilikan institusional yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pengukuran (Boediono, 2005). Pengukuran kepemilikan institusional dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$KI = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham institusi}}{\text{Total saham yang beredar}} \times 100\%$$

b. Umur Perusahaan

Supriyanto (2016) menyatakan bahwa umur perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing. Dengan demikian umur perusahaan ketika dikaitkan dengan kinerja keuangan suatu perusahaan.

Metode pengukuran usia perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pengukuran (Kasmir, 2011). Pengukuran umur perusahaan dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$Usia\ Perusahaan = Tahun\ ke - n\ (Pengamatan) - IPO$$

c. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari seberapa besar aktiva yang dimiliki, baik aktiva lancar maupun aktiva tidak lancar. Aktiva perusahaan didanai melalui pasiva perusahaan yaitu hutang dan modal (Caroline & Agaton, 2010). Ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan. Jadi besar kecilnya suatu perusahaan dapat juga dilihat melalui aktiva yang dimiliki perusahaan. Metode pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pengukuran (Husnan, 1995) :

$$Ukuran\ Perusahaan = Ln\ (Total\ Assets)$$

d. Profitabilitas

Menurut Untari (2010), profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham.

Tingkat profitabilitas perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari kegiatan operasional sehari-hari. *Return on Equity* merupakan alat analisis keuangan mengukur profitabilitas.

Metode pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pengukuran yang telah dilakukan oleh (Husnan, 1995) dengan menggunakan ROA yaitu rasio laba bersih terhadap total aset. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus :

$$\text{Return on Equity (ROA)} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Equity}}$$

e. *Leverage*

Menurut Sugiono (2009) rasio *leverage* bertujuan untuk menganalisis pembelanjaan yang dilakukan berupa komposisi utang dan modal, serta kemampuan perusahaan untuk membayar bunga dan beban tetap lainnya. Variabel *leverage* dalam penelitian ini diukur dengan *debt to equity*.

Metode pengukuran *leverage* yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pengukuran (Husnan, 1995). Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus:

$$DER = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Equity}}$$

f. Dewan Komisaris

Dewan komisaris bertugas untuk mengawasi dan menyetujui setiap keputusan yang dibuat oleh manajemen, sehingga semakin besar dewan komsaris maka pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif.

Metode pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pengukuran (Boediono, 2005). Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus:

$$Dewan\ Komisaris = \sum Anggota\ Dewan\ Komisaris$$

g. Komite Audit

Komite audit adalah suatu komite yang bekerja secara profesional dan independen yang dibentuk oleh dewan komisaris dan dengan demikian tugasnya adalah membantu dan memperkuat dewan komisaris dalam menjalankan fungsi pengawasan atas proses pelaporan keuangan, manajemen risiko dan pelaksanaan audit. Keberadaan komite audit diharapkan mampu membantu kinerja dewan komisaris dalam pengungkapan laporan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan untuk mengatasi adanya konflik kepentingan yang timbul anatar pihak manajemen dan pemilik perusahaan.

Metode pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pengukuran (Boediono, 2005). Adapun pengukurannya menggunakan rumus:

$$Ukuran\ Komite\ Audit = \sum Anggota\ Komite\ Audit$$

C. Metode Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan alat yang digunakan untuk memberikan gambaran fenomena atau karakteristik dari data, yaitu karakteristik distribusinya. Statistik ini menyediakan nilai frekuensi, pengukuran tendensi pusat, disperse dan pengukuran bentuk. Pengukuran tendensi pusat mengukur nilai-nilai mean, median dan mode. Mean merupakan nilai rata-rata dari sejumlah sampel yang menggambarkan perubahan rata-rata. Standar deviasi merupakan sebaran data dari populasi, semakin kecil standar deviasi maka semakin kecil sebaran data yang berarti nilai data semakin sama.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Menurut Ghozali (2018) uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila variabel tidak terdistribusi secara normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0.05 maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika hasil *One Sample Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai signifikan dibawah 0.05 maka data terdistribusi tidak normal. Menurut Ghozali (2018) menormalkan data maka terlebih dahulu mengetahui *moderat*

positive skewness, *subtansial positive skewness* sehingga dapat menentukan bentuk transformasi data.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pengujian multikolinieritas adalah pengujian yang mempunyai tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Efek dari multikolinieritas ini adalah menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Hal tersebut berarti standar error besar, akibatnya ketika koefisien diuji, t-hitung akan bernilai kecil dari t-tabel. Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan linier antara variabel independen yang dipengaruhi dengan variabel dependen.

Untuk menemukan ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *Cut Off* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10. Penelitian ini menggunakan nilai *tolerance* 0,10 sehingga tingkat kolonieritas yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 0,90.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018). Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Model yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini yaitu menggunakan *Uji Glejer*. *Uji Glejer* dilakukan dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen (Ghozali, 2018). Jika nilai probabilitas signifikansi dari variabel independen diatas tingkat kepercayaan 5%, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik dan tidak layak untuk prediksi. Menurut Ghozali (2018), masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier antara kesalahan pengganggu periode t (berada) dengan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya). Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan Uji Durbin-Watson

(DW).Pengambilan keputusan ada tidaknya korelasi dapat dilihat pada table 3.1 berikut ini.

Tabel 3.1
Pengambilan Keputusan Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No Decision	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4-dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	No Decision	$4-du \leq d \leq 4-dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak ditolak	$Du < d < 4-du$

Sumber : Al Ghozali, 2018

3. Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda adalah teknik statistik melalui koefisien parameter untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. pengujian terhadap hipotesis baik secara parsial maupun simultan dilakukan setelah model regresi yang digunakan bebas dari pelanggaran asumsi klasik. Tujuannya adalah agar hasil penelitian ini dapat diinterpretasikan secara tepat dan efisien (Weston & Copeland, 1995). Persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut :

$$CSR D = a + b_1 KI + b_2 UP + b_3 UKP + b_4 PROF + b_5 LEV + b_6 DEKOM + b_7 KOMDIT$$

Keterangan :

Y	: Pengungkapan CSR
a	: Konstanta
b	: Slope Variabel
KI	: Kepemilikan Institusional
UP	: Usia Perusahaan
UKP	: Ukuran Perusahaan
$PROF$	: Profitabilitas
LEV	: <i>Leverage</i>
$DEKOM$	: Ukuran Dewan Komisaris
$KOMDIT$	: Ukuran Komite Audit

2. Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Menurut Ghozali (2018), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crossection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak

peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²* pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted R²* dapat naik atau turun satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

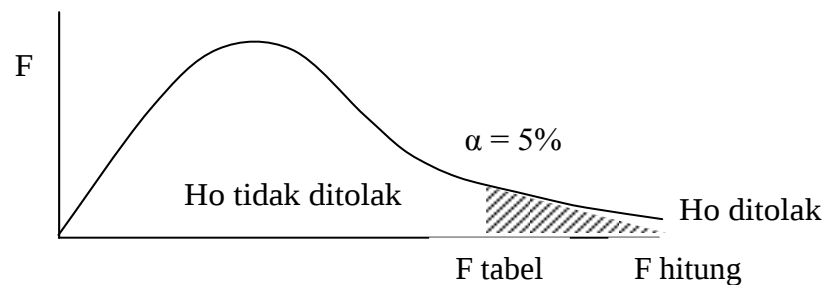
Nilai *Adjusted R²* dalam kenyataannya dapat bernilai negatif, walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Namun, Gujarati, (2003) jika didalam uji empiris didapatkan nilai *Adjusted R²* negatif, maka nilai *Adjusted R²* dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$, maka *Adjusted R²* = $R^2 = 1$. Sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka *Adjusted R²* = $(1-k)/(n-k)$. jika $k > 1$, maka *Adjusted R²* akan bernilai negatif. Jika koefisien R^2 semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin baik kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen, sebaliknya jika R^2 semakin kecil (mendekati nol) maka, dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kecil. Hal ini berarti model variabel independen yang digunakan untuk menerangkan variabel dependen adalah tidak kuat (Ghozali, 2018).

3. Uji Goodness of Fit Test (Uji F)

Uji F pada dasarnya dilakukan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel antara hasil pengamatan (frekuensi pengamatan) tertentu dengan frekuensi teoritis (Ghozali, 2018). Uji F menguji apakah variabel independen mampu menjelaskan variabel secara baik atau untuk menguji apakah model yang digunakan *fit* atau tidak. Menentukan F tabel

digunakan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan pembilang (df) = $k-1$ dan derajat kebebasan penyebut (df) = $n-k$, dimana k adalah jumlah variabel. Pengujian dilakukan dengan kriteria.

- a) Jika $F \text{ hitung} > F \text{ Tabel}$, atau $p \text{ value} < \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya model yang digunakan bagus atau (*fit*).
- b) Jika $F \text{ hitung} < F \text{ Tabel}$, atau $p \text{ value} > \alpha = 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a tidak diterima, artinya model yang digunakan tidak bagus atau (*tidak fit*).



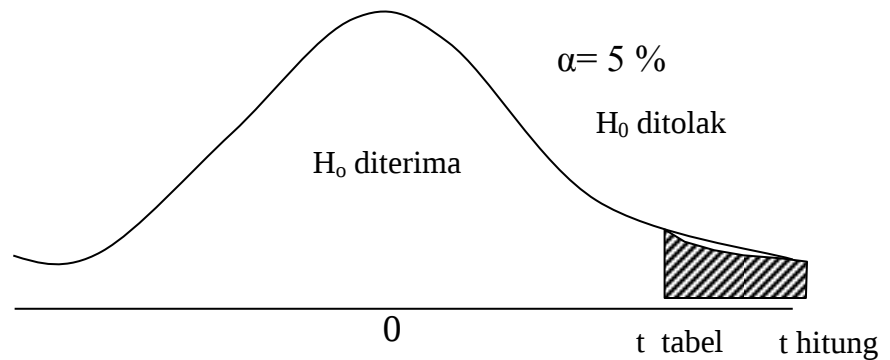
Gambar 1.5
Uji Penerimaan F

4. Uji *t*-test

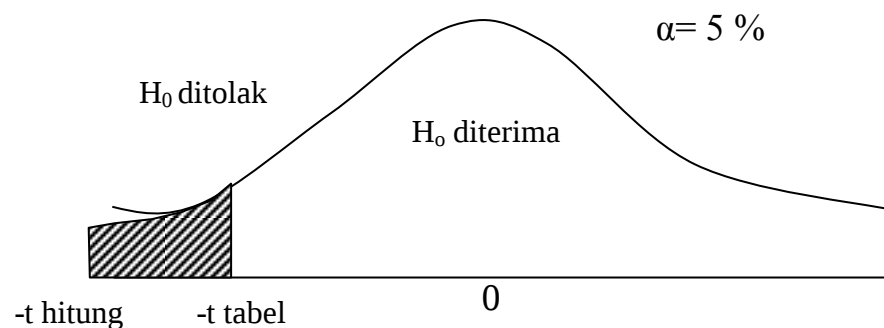
Uji *t* atau uji parsial digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Uji *t* digunakan untuk mengukur signifikansi pengaruh pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai *t* hitung masing-masing koefisien regresi dengan tabel (nilai kritis) sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan.

Kesimpulan Pengujian:

1. Apabila $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} \leq -t \text{ tabel}$ berarti ada pengaruh yang nyata antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual.
2. Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} \geq -t \text{ tabel}$, berarti tidak ada pengaruh yang nyata antara variabel independen dengan variabel dependen secara individual.



Gambar 1.5
Daerah Penerimaan Dan Penolakan H_0 Positif



Gambar 1.6
Daerah Penerimaan Dan Penolakan H_0 Negatif

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh kepemilikan institusional, umur perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris dan komite audit terhadap pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan. Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2017. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling* sehingga diperoleh sampel sebanyak 18 perusahaan.

Berdasarkan hasil dari pembahasan analisis pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama tidak diterima yang artinya kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hipotesis kedua diterima yang artinya umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hipotesis ketiga diterima yang artinya ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hipotesis keempat tidak diterima yang artinya profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hipotesis kelima tidak diterima yang artinya *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hipotesis keenam diterima yang artinya dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Dan selanjutnya hipotesis ketujuh tidak diterima. Yang artinya komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih ada beberapa keterbatasan, yang diantaranya:

1. Penelitian ini menggunakan sampel pada laporan tahunan perusahaan manufaktur dari tahun 2013-2017.
2. Penelitian ini hanya memakai satu kepemilikan saham perusahaan yaitu kepemilikan institusional.

C. Saran

Memperhatikan beberapa keterbatasan penelitian yang telah disampaikan, maka saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya hendaknya memakai data dan laporan tahunan perusahaan yang terbaru.
2. Penelitian selanjutnya hendaknya menambahkan struktur kepemilikan saham lainnya. Seperti, Kepemilikan Saham Pemerintah Wuttichindanon (2017), Kepemilikan Manajerial Robiah (2017) dan Kepemilikan Asing Utami (2010) dimana dalam penelitian sebelumnya menunjukan pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N. N. (2011). *Pengaruh Karakteristik Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr)(Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Almiyanti, V. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas dan Basis Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2009-2012. *Jurnal*.
- Ambadar, J. (2013). *CSR dalam Praktik di Indonesia*. Elex Media Komputindo.
- Anggraeni, Fr. Reni Retno. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial Dan Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi 9*. Padang
- Benn, S., & Bolton, D. (2011). *Key concepts in corporate social responsibility*. Sage.
- Bowen, Howard R. (2013). *Social Responsibility Of The Businessman*. Second Edition. Iowa City:University of Iowa Press.
- Dewi, S. S. & Maswar. (2013). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 2(3).
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). *Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior*. *Pacific sociological review*, 18(1), 122-136.
- Elkington, J. (2006). Governance for sustainability. *Corporate Governance: An International Review*, 14(6), 522-529
- Evandini, C., & Darsono, D. (2014). *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Felicia, M., & Rasmini, N. K. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI. *E-Jurnal Akuntansi*, 143-153.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.

- Hackston, David & Markus J. Milne. 1996. *Some Determinants of Social and Enviromental Disclosure in New Zaeland Companies*. *Accounting Auditing, and Accountability Journal*. Vol 9, No. 1:77-108.
- Haq, A., & Mahyuni, M. (2017) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Kasus Pada Perusahaan-Perusahaan Jasa Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia).
- Husnan, S. (1995). *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan Keputusan Jangka Pendek*. Yogyakarta: Badan Penerbit UGM.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of financial economics*, 3(4), 305-360.
- Kasmir. 2011. *Analisis Laporan Keuangan. Cetakan Empat*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Krisna, A. D., & Suhardianto, N. (2016). Faktor-Faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 18(2), 119-128.
- Michelon, Giovanna & Antonio Parbinotii. 2010. "The Efeect Of Corporate Governance on Sustainability Disclosure". Springer Science & Business media 14 September 2010.
- Ningrum, O. D. N. D., & Faisal, F. (2014). *Hubungan Struktur Kepemilikan Pada Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan Publik Indonesia* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Nur, M., & Priantinah, D. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapancorporate Social Responsibility Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 1(2).
- Leksono, A. A., & Butar, S. B. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 16(2), 130-147.
- Mahariana, I Dewa Gede Pingga, & Ramantha, I Wayan. 2014. Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Manajemen Laba Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 7.2 (2014) : 519-528.
- Prastuti, N. K. K., & Budiasih, I. G. A. N. (2015). Pengaruh *Good Corporate Governance* Pada Nilai Perusahaan Dengan Moderasi Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi*, 114-129.
- Pratiwi, L., & Ismawati, K. (2017). Analisis Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate

- Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014. *Smooting*, 15(2).
- Purwanto, A. (2011). Pengaruh tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, terhadap corporate social responsibility. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, 8(1), 12-29.
- Putri, R. K., & Kurnia, P. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Dan Basis Kepemilikan Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode Tahun 2012-2014. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Ekonomi*, 4(1), 558-571.
- Robiah, A. M. R. (2017). Pengaruh Leverage, Size, Dan Kepemilikan Manajemen Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Akuntansi Dewantara*, 1(1), 39-48.
- Rizki, L. A., Basri, H., & Musnadi, S. (2014). Pengaruh Faktor Fundamental Dan Mekanisme *Corporate Governanc* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur Yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Administrasi Akuntansi: Program Pasca Sarjana Unsyiah*, 3(3).
- Restu, M., Yuliandari, W. S., & Nurbaiti, A. (2017). Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Proporsi Dewan Komisaris Independen Dan Ukuran Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *eProceedings of Management*, 4(3).
- Santioso, L., & Chandra, E. (2012). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, umur perusahaan, dan dewan komisaris independen dalam pengungkapan corporate social responsibility. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 14(1), 17-30.
- Sefrilia, M & Saftiana, Y. (2012). Pengaruh Kepemilikan Saham Pemerintah dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*, 2(2), 132-139.
- Sugiyono, 2007. *Pendekatan Kuantitatif*. Bandung Alfabeta
- Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Untari, L. (2010). *Effect on company characteristics corporate social responsibility disclosures in corporate annual report of consumption listed in Indonesia stock exchange*. Undergraduate Program, Economy Faculty, Gunadarma University. <http://www.gunadarma.ac.id>.
- Utami, I. D. (2010). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing, dan Umur Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi & Manajemen*, 21(3), 297-306.

- Wuttichindanon, S. (2017). *Corporate social responsibility disclosure—choices of report and its determinants: Empirical evidence from firms listed on the Stock Exchange of Thailand*. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38(2), 156-162.
- Weston, & Copeland. (1995). *Manajemen Keuangan* (1st ed.). Manajemen Keuangan: Gelora Aksara Pratama.
- Wijaya, M. (2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 26-30.
- www.cnnindonesia.com Diakses pada 07 Desember 2018
- www.sindonews.com Diakses pada 05 Desember 2018
- www.kompas.com Diakses pada 10 Desember 2018
- www.jabarprov.go.id Diakses pada 07 Desember 2018
- <https://bulelengkab.go.id/> Diakses pada 03 Desember 2018