

**PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, UKURAN PERUSAHAAN,
RISK MINIMIZATION DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018)**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:
Praditya Nugroho Wicaksono
NIM. 13.0102.0181

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2020**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsep *corporate social responsibility* mulai dikenal sejak awal 1970-an, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktek yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk kontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Pemikiran yang melandasi adanya *corporate social responsibility* adalah bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab kepada para pemegang saham (*shareholder*), tetapi juga memiliki tanggung jawab kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*). Pihak-pihak yang berkepentingan dalam sebuah perusahaan adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, *supplier* dan juga *competitor* (Rika dan Islahuddin, 2008).

Perkembangan *corporate social responsibility* begitu cepat disambut dengan antusias oleh para investor termasuk para *banker*. Hal ini ditandai dengan perkembangan *Sosially Responsible Investment* (SRI) sejak beberapa tahun terakhir, sedangkan kepedulian industri perbankan terhadap *corporate social responsibility* ditandai dengan disepakatinya *The Equator Principles* (EPs), yaitu suatu sistem dan prosedur *screening* yang ketat guna menilai resiko *corporate social responsibility* terhadap proyek-proyek yang mempunyai kaitan dengan lingkungan secara signifikan sebelum kredit

diluncurkan.

Kelompok yang setuju dengan undang-undang *corporate social responsibility* umumnya berargumen bahwa *corporate social responsibility* memberi manfaat positif terhadap perusahaan, terutama dalam jangka panjang. Selain menegaskan *brand differentiation* perusahaan, *corporate social responsibility* juga berfungsi sebagai sarana untuk memperoleh *license to operate*, baik dari pemerintah maupun masyarakat. *Corporate social responsibility* juga bisa berfungsi sebagai strategi *risk management* perusahaan (Suharto, 2008).

Berdasarkan Piramida Carroll, ada 4 unsur dalam *corporate social responsibility*, yaitu tanggung jawab ekonomi, tanggung jawab hukum, tanggung jawab etis, dan tanggung jawab filantropis. Tanggung jawab ekonomi artinya perusahaan bertanggungjawab untuk menghasilkan barang dan atau jasa yang dibutuhkan masyarakat.

Perusahaan juga bertanggung jawab untuk memberikan kesempatan kerja yang adil, menyediakan penghasilan yang layak, memberi kesempatan untuk mengembangkan kualitas diri, serta menyediakan tempat dan sarana kerja yang aman. Kepada para investor perusahaan bertanggung jawab untuk menghasilkan laba. Ini adalah fondasi paling dasar pada piramida tadi. Tanpa hal ini perusahaan tidak wujud sebagai entitas ekonomi.

Pada tingkat yang lebih tinggi, ada tanggung jawab hukum. Perusahaan wajib menyelenggarakan bisnis dengan mematuhi segenap hukum yang berlaku. Mulai dari perizinan, sah atau tidaknya lembaga perusahaan,

proses pengadaan bahan baku melalui pembelian lokal dan impor, proses produksi, pengelolaan tenaga kerja, lingkungan, perpajakan, dan lain-lain. Lebih penting lagi, perusahaan tidak boleh melakukan tindak pidana korupsi, seperti penyuapan, uang pelicin (*facilitation payment*), dan gratifikasi.

Perusahaan juga tidak diperkenankan melakukan monopoli, melakukan persaingan tidak sehat, membunuh pesaing, atau bersekongkol dengan pebisnis sejenis untuk mengendalikan harga. Dalam hal perusahaan multinasional akan terikat pada hukum di negara asal, negara cabang asal, dan juga hukum internasional.

Tanggung jawab etik adalah tanggung jawab perusahaan untuk menjaga etika dalam berbisnis. Hal-hal yang bersifat etis, tidak selalu dirumuskan dalam bentuk produk hukum. Jadi, bila sesuatu melanggar etika, meski tidak melanggar hukum, perusahaan bertanggung jawab untuk menghindarinya. Misalnya, sebuah perusahaan memakai suatu jenis bahan kimia, yang berdasarkan hukum diizinkan untuk digunakan. Tapi perusahaan sebenarnya tahu bahwa bahan itu tidak baik untuk kesehatan penggunanya. Maka, meskipun sah secara hukum, secara etika perusahaan mesti menghindari penggunaan bahan tersebut.

Tanggung jawab tertinggi pada piramida tersebut adalah tanggung jawab filantropis. Tanggung jawab ini menyangkut soal-soal “kemewahan” seperti bagaimana menjaga kualitas hidup karyawan dan konsumen serta donasi untuk berbagai kegiatan sosial adalah bagian dari tanggung jawab ini.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa sering terjadi

penyelewengan terhadap aktivitas *corporate social responsibility* . Hal itu karena kita sering meloncat ke puncak dari piramida caroll dan mengabaikan pondasi yang ada di bawahnya. Sehingga perlu ada evaluasi bahwa setiap instrumen dari piramida tersebut harus saling menjaga untuk memastikan *corporate social responsibility* perusahaan terlaksana dengan benar.

Di Indonesia, *corporate social responsibility* telah menjadi kewajiban bagi setiap perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dan menggunakan sumber daya alam dalam operasinya. Hal ini diatur dalam Pasal 74 UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Pasal 15, Pasal 17, dan Pasal 34 UU No.25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, yang di dalamnya mengatur kewajiban bagi perusahaan untuk menyelenggarakan program *corporate social responsibility* . Meskipun secara yuridis Pemerintah telah membuat regulasi terkait *corporate social responsibility* , namun dalam implementasinya hingga sekarang masih terdapat banyak *corporate social responsibility* yang tidak tepat sasaran atau tidak optimal dalam memberikan bantuan bagi pemberdayaan masyarakat.

Program-program *corporate social responsibility* yang dilaksanakan seringkali kurang menyentuh akar permasalahan komunitas yang sesungguhnya. Seringkali pihak perusahaan masih menganggap dirinya sebagai pihak yang paling memahami kebutuhan komunitas, sementara komunitas dianggap sebagai kelompok pinggiran yang menderita sehingga memerlukan bantuan perusahaan. Di samping itu, aktivitas *corporate social responsibility* dianggap hanya semata-mata dilakukan demi terciptanya

reputasi perusahaan yang pasif bukan demi perbaikan kualitas hidup komunitas dalam jangka panjang (Margiono, 2006).

Kritik lain dari pelaksanaan *corporate social responsibility* yaitu seringkali diselenggarakan dengan jumlah biaya yang tidak sedikit, maka *corporate social responsibility* identik dengan perusahaan besar yang ternama. Hal tersebut memunculkan masalah karena dengan kekuatan sumber daya yang ada dan dengan kekuatan sumber daya yang dimilikinya, perusahaan-perusahaan besar dan ternama ini mampu membentuk opini publik yang mengesankan seolah-olah mereka telah melaksanakan *corporate social responsibility*, padahal yang dilakukannya hanya semata-mata hanya aktivitas filantropis, bahkan boleh jadi dilakukan untuk menutupi perilaku-perilaku yang tidak etis serta perbuatan melanggar hukum (Margiono, 2006).

Semenjak diundangkan sampai saat ini, pelaksanaan *corporate social responsibility* setidaknya masih menyisakan dua persoalan pokok seperti masih belum jelasnya kewajiban pelaksanaan *corporate social responsibility*, terutama siapakah “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam” yang merupakan Perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam. Selain itu, sejauh ini sebagian besar perusahaan merasa telah melaksanakan program *corporate social responsibility* kepada para *stakeholdernya*, sebaliknya para *stakeholder* merasa belum merasakan manfaat bahkan belum menerima sama sekali program dari perusahaan, sehingga ada link yang hilang (Masrizal,

2011). Disinilah letak masalah dasar yang seringkali mencuat ke permukaan terkait penyaluran dan pengelolaan *corporate social responsibility* di Indonesia, yaitu mengenai kejelasan bagaimana sebuah perusahaan seharusnya mengimplementasikan program *corporate social responsibility* - nya, apakah dikelola secara langsung atau dilaksanakan oleh pihak ketiga dan bagaimana proses program *corporate social responsibility* tersebut dilaksanakan, serta bagaimana menyinergikan dari setiap aktivitas pelaksanaan dan penyaluran *corporate social responsibility* agar masyarakat bisa merasakan secara langsung manfaat dari pelaksanaan program *corporate social responsibility* dari perusahaan.

Fenomena *corporate social responsibility* yang terjadi di perusahaan-perusahaan Indonesia antara lain terjadi pada PT. Freeport Indonesia yang telah menyediakan layanan medis bagi masyarakat Papua melalui penyediaan klinik-klinik dan rumah sakit modern di Banti dan Timika. Selain itu, perusahaan ini juga menyediakan bantuan dana pendidikan bagi pelajar Papua dan melakukan pengembangan program wirausaha seperti di Komoro dan Timika. Namun, dari sekian banyak nya program *corporate social responsibility* yang telah dilakukan tersebut, PT Freeport masih belum mengalami nasib “baik”. Betapa tidak, PT.Freeport Indonesia yang telah beroperasi sejak tahun 1969, sampai saat ini tidak lepas dari konflik berkepanjangan dengan masyarakat lokal, baik berkaitan dengan tanah ulayat, pelanggaran adat, maupun kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi.

Pada tahun 2007, perusahaan manufaktur PT. Toba Pulp Lestari juga

sempat menuai kritikan akibat kasus pencemaran lingkungan oleh limbah pabrik yang mengakibatkan kerusakan pada tanah pertanian, habitat ikan di danau Toba terganggu, dan polusi udara yang disusul kasus pelanggaran HAM. Hal ini menyebabkan warga sekitar melakukan penolakan terhadap perusahaan tersebut (www.kompasiana.com). Selain itu, peristiwa lumpur di Sidoarjo menunjukkan betapa lemahnya pelaksanaan *corporate social responsibility* di Indonesia. Dapat dilihat betapa masyarakat dirugikan dengan kehilangan penghasilan, harta benda dan juga harus meninggalkan tempat tinggal. Tidak saja masyarakat, negara juga ikut menanggung kerugian yang sangat besar. Hal ini dapat dilihat dari pengalokasian dana APBN dalam penanggulangan banjir lumpur di Sidoarjo.

Industri manufaktur di Indonesia menunjukan pertumbuhan yang baik. Berdasarkan laporan statistik “*International Year Book of Industrial Statistics*”, industri manufaktur Indonesia dilaporkan telah memberikan kontribusi hampir seperempat bagian dari produk domestik bruto (PDB) nasional. Saat ini Indonesia juga mencapai ranking 10 besar negara industri manufaktur di dunia atau *top ten manufacturers of the world* (Maulana, 2017). Namun terdapat beberapa persoalan seperti adanya beberapa keterlambatan penyampaian laporan keuangan yang terjadi yang akan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan. PT Bursa Efek Indonesia (BEI) memberikan denda dan menghentikan sementara (suspensi) perdagangan saham 18 perusahaan emiten karena belum menyampaikan laporan keuangan (lapkeu) audit periode

31 Desember 2015 (idx.co.id). Dari 18 perusahaan tersebut, beberapa diantaranya adalah perusahaan. Selain itu, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan menerima 137 kasus laporan pelanggaran limbah bahan beracun dan berbahaya (B3) sepanjang 2015 hingga akhir 2017. Industri yang banyak melakukan pelanggaran pengelolaan B3 merata hampir di semua sektor, namun pelanggaran didominasi oleh tekstil dan rumah sakit (www.ekonomi.bisnis.com).

Banyak faktor yang memengaruhi *corporate social responsibility* disuatu perusahaan, seperti profitabilitas, *leveragae*, ukuran perusahaan, *risk minimization* dan pertumbuhan perusahaan. Penelitian tentang faktor-faktor yang memengaruhi praktik *corporate social responsibility* juga telah banyak dilakukan. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan hasil penelitian dimana satu penelitian dengan penelitian lainnya memiliki hasil yang saling bertentangan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Evandini dan Darsono (2014) yang meneliti tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, terdapat tiga variabel yang tidak terbukti signifikan yaitu profitabilitas, kepemilikan saham oleh publik, dan pertumbuhan perusahaan. *Leverage* menunjukkan pengaruh negatif signifikan, sedangkan ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur. Sehingga peneliti mengambil kesimpulan bahwa rata-rata

perusahaan manufaktur di Indonesia belum secara luas mengungkapkan informasi sosialnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Pradnyani dan Sisdyani (2015) tentang pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian tersebut yaitu ukuran perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang mencerminkan bahwa klasifikasi besaran perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimana dapat diartikan bahwa profitabilitas mampu memenuhi kebutuhan manajemen untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan. *Leverage* tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang mengartikan bahwa tingkat rasio *leverage* tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga perusahaan dengan ukuran dewan komisaris yang besar maka cenderung mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaannya semakin luas.

Munsaidah, et al (2016) melakukan penelitian tentang analisis pengaruh *firm size*, *age*, profitabilitas, *leverage*, dan *growth* perusahaan terhadap *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2014. Hasil penelitian ini

menunjukkan *firm size*, profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan (*growth*) berpengaruh positif terhadap CSR pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014. Hal ini telah dibuktikan melalui uji t (t-test), dimana hasil uji t memperlihatkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel yang berarti dalam penelitian ini terbukti dan dapat diterima. Sedangkan umur (*age*) dan *leverage* berpengaruh negatif terhadap CSR pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014. Hal ini telah dibuktikan melalui uji t (t-test), dimana hasil uji t memperlihatkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel yang berarti dalam penelitian ini tidak terbukti dan tidak dapat diterima.

Penelitian lain dilakukan oleh Parengkuan (2017) tentang pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia melalui pojok bursa FEB – UNSRAT menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak mempunyai pengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur dan ROA (*Return On Asset*) perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Sedangkan penelitian Ana dan Nera (2017) tentang pengaruh *size*, *leverage* dan profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengemukakan bahwa seluruh variabel independen tersebut berpengaruh positif terhadap praktik pengungkapan *corporate social responsibility*.

Lisa, et al (2018) juga melakukan penelitian tentang pengaruh *size*, profitabilitas dan *leverage* terhadap *corporate social responsibility*

disclosure pada perusahaan faktor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015. Hasil penelitian ini menunjukkan *size* perusahaan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*. *Size* perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Selanjutnya, hasil penelitian menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Sedangkan *leverage* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

Kemudian, hasil penelitian Ruroh dan Latifah (2018) yang meneliti tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan *risk minimization* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dengan studi empiris pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2015- 2016. Hasil penelitian ini yaitu profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan *risk minimization* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan selama periode 2015-2016.

Penelitian terbaru dilakukan oleh Mardi, et al (2019) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan melalui *corporate social responsibility*. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* maupun nilai perusahaan, Perencanaan bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* tetapi berpengaruh signifikan dan berhubungan positif terhadap nilai perusahaan, Dewan komisaris dan kinerja keuangan berpengaruh

signifikan dan berhubungan positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* maupun nilai perusahaan, Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan dan berhubungan positif terhadap nilai perusahaan tetapi tidak bisa menjadi mediasi antara variabel independen dengan variabel dependen.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Ruroh dan Latifah (2018) dengan persamaan yaitu menggunakan semua variabel independen. Sedangkan perbedaannya yaitu **pertama**, menambah variabel pertumbuhan perusahaan, karena perusahaan dengan pertumbuhan tinggi akan mendapat banyak sorotan sehingga diprediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*. Pertumbuhan perusahaan merupakan tingkat pertumbuhan yang dapat diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya. Perusahaan yang memiliki kesempatan tumbuh yang tinggi diharapkan akan memberikan profitabilitas yang tinggi di masa depan, diharapkan laba lebih persisten, sehingga investor akan lebih tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi akan mendapat banyak sorotan sehingga diprediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan tanggung jawab faktor perusahaan (Rina, 2013).

Kedua, objek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur, karena perusahaan manufaktur di Indonesia merupakan industri besar yang memberikan kontribusi terhadap pendapatan domestik bruto dan termasuk 10 besar negara industri manufaktur di dunia, mempunyai persoalan seperti keterlambatan dalam penyampaian laporan keuangan. Data terbaru menunjukkan dari 137 kasus laporan pelanggaran pengelolaan limbah B3 pada 2015-2017 di Kementerian Lingkungan Hidup, Industri Manufaktur Tekstil dan Rumah sakit mendominasi dalam kasus pelanggaran pengelolaan limbah B3 tersebut.

Ketiga, periode penelitian adalah tahun 2014-2018, karena periode tersebut merupakan periode terkini dari kondisi di dalam pasar modal. Maka, penelitian ini diharapkan menghasilkan penelitian yang *up to date* dalam mengetahui adanya praktik *corporate social responsibility* dalam laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di BEI.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
4. Apakah *risk minimization* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*??

5. Apakah pertumbuhan *perusahaan* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*??

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *risk minimization* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

D. Kontribusi Penelitian

1. Teoritis
 - a. Penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, *risk minimization*, dan pertumbuhan perusahaan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
 - b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya mengenai topik faktor-faktor yang berpengaruh terhadap praktik *corporate social responsibility*.

2. Praktis

- a. Penelitian disajikan untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pemahaman bagi penulis sendiri tentang profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, risk minimization, dan pertumbuhan perusahaan terhadap *corporate social responsibility* dan sebagai alat untuk mengaplikasikan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan kenyataan di lapangan.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan tambahan bacaan ilmiah bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang, khususnya mahasiswa fakultas Ekonomi dengan program studi Akuntansi sehingga dapat digunakan sebagai acuan dalam penulisan karya ilmiah dengan permasalahan yang sejenis.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun untuk memberikan kemudahan dalam pembahasan permasalahan yang ada. Berkaitan dengan hal tersebut, sistematika dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bagian, yaitu:

- Bab I Pendahuluan, bab ini merupakan bagian awal dari penelitian yang menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika penulisan.
- Bab II Tinjauan Pustaka dan Perumusan Hipotesis, bab ini menguraikan tentang konsep dasar teori-teori yang digunakan sebagai dasar pemecahan masalah yang diteliti, yaitu berisi tentang telaah teori, hasil penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan model

penelitian.

- Bab III Metoda Penelitian, bab ini menerangkan metoda yang digunakan dalam penelitian, yaitu berisi tentang populasi dan sampel, data penelitian, variabel penelitian dan pengukuran variabel dan metoda analisis data.
- Bab IV Hasil dan Pembahasan, bab ini menerangkan tentang pembahasan mengenai pemecahan masalah yang dilakukan dengan alat analisis yaitu statistik deskriptif, hasil pengujian asumsi klasik, hasil regresi linier berganda, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.
- Bab V Kesimpulan, bab ini merupakan bab terakhir dari penelitian skripsi yang berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Telaah Teori

1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan dikembangkan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976 melalui bukunya yang berjudul "*Theory of the Firm*". Konsep dari teori ini adalah adanya pemisahan peran antara pemegang saham sebagai *principal* dan manajer sebagai *agent*. Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Brigham dan Houston (2006:26), hubungan keagenan (*agency relationship*) terjadi ketika satu atau lebih individu, yang disebut sebagai prinsipal menyewa individu atau organisasi lain, yang disebut sebagai agen, untuk melakukan sejumlah jasa dan mendelegasikan kewenangan untuk membuat keputusan keagenan tersebut. Hubungan keagenan dapat terjadi diantara (1) pemegang saham dan manajer, dan (2) manajer dan pemilik utang.

Telah lama diketahui bahwa para manajer mungkin memiliki tujuan-tujuan pribadi yang bersaing dengan tujuan memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Wewenang dan tanggung jawab yang diberikan kepada manajer menyebabkan para manajer memiliki keleluasaan untuk membuat keputusan-keputusan yang dapat menguntungkan para manajer tersebut. Hal ini yang menyebabkan konflik keagenan, sehingga dengan kata lain konflik keagenan terjadi

akibat adanya perbedaan kepentingan antara pemilik perusahaan dan para manajernya.

Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan hubungan keagenan yang baik mencerminkan kontrak yang baik antara prinsipal dan agen yaitu, kontrak yang mampu menjelaskan apa saja yang harus dilakukan agen dalam mempertanggungjawabkan kinerjanya kepada prinsipal. Manajer seharusnya melakukan tindakan-tindakan yang dapat memaksimalkan kekayaan pemegang saham dalam menjalankan kegiatan perusahaan. Sedangkan pada kenyataannya manajer cenderung memilih dan melakukan tindakan-tindakan yang menguntungkan kepentingannya sendiri sehingga dapat memicu adanya tindakan-tindakan yang tidak semestinya (*disfunctional behavior*).

Teori agensi mengasumsikan bahwa prinsipal tidak memiliki informasi yang cukup tentang kinerja agen. Agen memiliki lebih banyak informasi mengenai kapasitas diri, lingkungan kerja, perusahaan secara keseluruhan dan prospek dimasa yang akan datang dibandingkan dengan prinsipal. Hal inilah yang menyebabkan ketidakseimbangan informasi yang dimiliki oleh prinsipal dan agen yang disebut sebagai asimetri informasi.

Adanya asumsi bahwa tiap pihak antara agen dan prinsipal bertindak untuk memaksimalkan dirinya sendiri, mengakibatkan agen memanfaatkan adanya asimetri informasi yang dimilikinya untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui oleh prinsipal.

Asimetri informasi dan konflik kepentingan yang terjadi antara prinsipal dan agen mendorong agen untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya kepada prinsipal, terutama jika informasi berkaitan dengan pengukuran kinerja agen. Asimetri informasi ini mengakibatkan terjadinya *moral hazard* berupa usaha agen untuk melakukan manajemen laba (*earning management*) termasuk praktik perataan laba.

2. *Corporate Social Responsibility*

Perhatian *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD, 1999) mendefinisikan pelaporan *corporate social responsibility* dan lingkungan perusahaan merupakan komitmen yang berlanjut dari bisnis menjadi perilaku etis dan berkontribusi bagi perkembangan ekonomi, dan di lain pihak sekaligus memperbaiki kualitas hidup pekerja dan keluarganya sebagai bagian dari komunitas _ubli dan faktor. Tujuan utama dari pelaporan faktor adalah membuat faktor faktor yang transparan untuk tanggung jawab dalam pengambilan keputusan (Dagiliene dan Gokiene, 2011: 22). Dalam sumber lain, Dagiliene dan Gokiene juga menyatakan bahwa ungkapan *corporate social responsibility disclosure* dapat berbeda-beda, seperti social 28 progress report, social responsibility report, social report, dan sustainability report.

Corporate social responsibility mengacu pada pengungkapan informasi mengenai interaksi perusahaan dengan masyarakat. Aktivitas perusahaan mempunyai dampak yang signifikan terhadap isu-isu yang

terkait dengan ketenagakerjaan, keterlibatan komunitas, kepedulian lingkungan, dan isu-isu etis lainnya, perusahaan merefleksikan aspek-aspek ini melalui *corporate social responsibility* (Branco dan Rodrigues dalam Mia dan Al-Mamun, 2011: 175). Mia dan Al-Mamun (2011: 177) mendeskripsikan bahwa *corporate social responsibility* merupakan suatu kegiatan perusahaan dalam usaha pertanggungjawaban faktor, dan pengungkapan faktor dan lingkungan perusahaan merupakan media di mana tanggung jawab tersebut diungkapkan kepada faktor.

3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah gambaran besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva (Sujianto, 2001:129). Dengan kata lain, ukuran perusahaan atau besar kecilnya suatu perusahaan dapat ditentukan dari jumlah kekayaan bersih yang dimiliki atau dari besar kecilnya aktiva yang dimiliki perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar daripada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak (Weston dan Brigham, 2001).

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 46/M-DAG/PER/ 9/2009 tentang perubahan atas peraturan menteri perdagangan Republik Indonesia No. 36/M-DAG/PER/9/2007 tentang

penerbitan surat izin usaha perdagangan, pasal 3 mengelompokkan ukuran perusahaan atas:

- a. Perusahaan kecil yaitu perusahaan yang memiliki aset lebih dari Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Perusahaan menengah yaitu perusahaan yang memiliki aset lebih dari Rp500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- c. Perusahaan besar yaitu perusahaan yang memiliki aset lebih dari Rp10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Menurut Brigham dan Houston (2006:26), di kebanyakan perusahaan yang berukuran besar, potensi konflik keagenan adalah hal yang penting karena manajer perusahaan yang berukuran besar biasanya hanya memiliki persentase yang kecil dari saham. Dalam situasi seperti ini, memaksimalkan kekayaan pemegang saham dapat berada di urutan kesekian dari sejumlah tujuan-tujuan manajer sehingga dapat menimbulkan konflik. Namun, karakter para manajer perusahaan berukuran besar tersebut dapat didorong untuk bertindak demi kepentingan utama dari pemegang saham melalui insentif-insentif yang memberikan imbalan atas setiap kinerja yang baik atau hukuman untuk

kinerja yang buruk. Oleh karena itu, besar kecilnya perusahaan dapat memengaruhi karakter kinerja para manajemennya untuk melakukan tindakan yang tidak semestinya (*disfunctional behavior*).

4. Profitabilitas

Gitman (2003:591) mengungkapkan bahwa profitabilitas merupakan hubungan antara pendapatan dan beban secara umum dengan menggunakan total aktiva atau aset perusahaan, baik aset lancar maupun aset tetap di dalam kegiatan produksi. Profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan perusahaan (Brigham dan Houston, 2006:107). Oleh karena itu, profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk melangsungkan keberlanjutannya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Tanpa adanya keuntungan, maka akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Para pemangku kepentingan seperti kreditur, pemilik perusahaan dan terutama dari pihak manajemen perusahaan akan berusaha meningkatkan keuntungan karena didasari betapa pentingnya arti dari profit terhadap kelangsungan dan masa depan perusahaan (Syamsuddin, 2011:59).

Van Horne dan Wachowicz (2005:222) mengemukakan bahwa rasio profitabilitas dapat digunakan sebagai alat pengukuran tingkat profitabilitas suatu perusahaan. Rasio profitabilitas terdiri dari dua jenis, yaitu rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan dan rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya

dengan investasi. Profitabilitas dalam hubungannya dengan penjualan terdiri atas margin laba kotor (*gross profit margin/GPM*) dan margin laba bersih (*net profit margin/NPM*). Sedangkan profitabilitas dalam hubungannya dengan investasi terdiri atas tingkat pengembalian atas aktiva (*return on total assets/ROA*) dan tingkat pengembalian atas ekuitas (*return on total equity/ROE*).

Menurut Syahyunana (2004:85), *ROA* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan. Besarnya perhitungan pengembalian atas aktiva menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tersedia bagi para pemegang saham biasa dengan seluruh aktiva yang dimilikinya. Oleh karena itu, analisa profitabilitas perusahaan menggunakan alat ukur *ROA* dapat menjadi salah satu alternatif *stakeholders* untuk menganalisa performa kinerja manajer perusahaan melalui data laporan keuangan yang tersedia.

5. *Leverage* Keuangan

Leverage adalah penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap dengan harapan bahwa akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar daripada beban tetapnya sehingga akan meningkatkan keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham (Sartono, 2001:263). Menurut Weston dan Copeland (1997:48) menyebutkan *leverage* atau disebut juga *leverage factor* adalah rasio nilai buku seluruh utang

terhadap total aktiva. *Leverage* dapat diproksikan dengan *debt to equity ratio* yang rasio ini menggambarkan struktur modal perusahaan.

Menurut Sartono (2001:120), *leverage* menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya. Semakin besar utang perusahaan maka semakin besar pula risiko keuangan yang dihadapi investor sehingga investor akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi. Selain itu, risiko keuangan yang besar mengindikasikan bahwa perusahaan mengalami kesulitan keuangan yang akan mempengaruhi kondisi keuangan di mata publik. Akibat kondisi tersebut perusahaan akan cenderung untuk melakukan upaya memanipulasi laporan keuangan agar kinerja perusahaan disisi risiko akan terlihat baik dimata *stakeholders*.

6. *Risk Minimization*

Corporate social responsibility merupakan suatu bentuk tanggung jawab dari perusahaan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*) seperti konsumen, pemegang saham, karyawan, masyarakat dan lainnya. Setiap perusahaan yang menjalankan *corporate social responsibility* akan selalu menimbulkan resiko. Resiko adalah hal-hal atau kemungkinan yang akan muncul dan dapat membahayakan suatu perusahaan.

Jika isu atau masalah tidak segera ditangani dan diselesaikan dengan baik, maka akan berpotensi menjadi krisis. Terdapat dua faktor mengenai resiko yaitu kemungkinan bahwa suatu peristiwa yang buruk akan terjadi dan upaya dalam pencegahannya. Maka, diharapkan dapat

melakukan pemetaan resiko terlebih dahulu untuk membantu perusahaan dalam mengetahui potensi-potensi resiko yang akan terjadi. Dengan dilakukannya hal ini dapat membantu CSR berjalan dengan lancar dan nantinya dapat sesuai dengan apa yang diharapkan oleh masyarakat.

Terdapat tiga tipe risiko, yaitu terkait dengan bisnis yang dijalankan. Tipe ini biasanya berhubungan dengan kebijakan pemerintah. Contohnya seperti kebijakan UMR. Selanjutnya yaitu menentang nilai-nilai perusahaan sendiri dan terakhir adalah menentang nilai-nilai umum yang ada di masyarakat.

Resiko dan *corporate social responsibility* memiliki keterkaitan satu sama lain sehingga membutuhkan komunikasi untuk dapat menghubungkan antara keduanya. Komunikasi antara resiko dan *corporate social responsibility* disebut komunikasi resiko. Tujuan dari adanya komunikasi resiko adalah untuk mengelola dan mengkomunikasikan mengenai suatu ketidakpastian. Biasanya hal ini berkaitan dengan *safety*, *health*, dan lingkungan

Komunikasi resiko juga memberikan kesempatan untuk dapat memahami dan menghargai kekhawatiran *stakeholder* terkait dengan resiko yang dihasilkan oleh perusahaan serta melaksanakan tindakan yang tepat dalam mengurangi resiko yang dirasakan.

Komunikasi resiko dapat dijadikan sebagai upaya dalam pencegahan permasalahan yang ada. Bentuk dari pencegahannya seperti *precautionary communication* yaitu komunikasi yang dilakukan kepada

orang-orang yang kurang peduli dan tidak ingin mendengarkan resiko. Selanjutnya adalah *outrage management* yang menyatakan bahwa komunikasi yang dilakukan untuk meredam kemarahan atau kekhawatiran akan suatu kondisi yang sebenarnya tidak terlalu berbahaya.

Perusahaan juga harus menyadari dampak nyata dan dampak potensial secara *sosial*, ekonomi, politik maupun lingkungan. Berdasarkan kesadaran inilah perusahaan harus mengembangkan dan mengimplementasikan kebijakan serta prosedur untuk meminimalisasi berbagai kerusakan atau kerugian yang mungkin dihasilkan dari kegiatan operasi perusahaan. *Risk minimization* lebih dari sekedar kepatuhan, perusahaan harus menyadari dampak nyata dan dampak potensial secara sosio ekonomi, politik maupun lingkungan. Berdasarkan pada kesadaran inilah, perusahaan harus mengembangkan dan mengimplementasikan kebijakan serta prosedur untuk meminimalisasi berbagai kerusakan atau kerugian yang mungkin dihasilkan dari operasi perusahaan atau dari rekanan bisnisnya (Bhatt, 2002 : 6).

7. Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu faktor yang menunjukkan kinerja keuangan perusahaan. Rasio pertumbuhan perusahaan mengindikasikan seberapa baik kinerja perusahaan dalam kegiatan perekonomian (Sofyaningsih dan Hardiningsih 2011). Menurut Lucyanda dan Siagian (2012), pertumbuhan perusahaan merupakan

gambaran kekuatan perusahaan untuk bertahan hidup. Dengan terjaminnya kegiatan ekonomi perusahaan maka sesuai harapan para *stakeholders*, perusahaan akan meningkatkan perhatian terhadap aktivitas faktor lingkungannya. Perusahaan akan melakukan pengungkapan lebih terkait dengan aktivitas serta kebijakan tanggung jawab faktor yang telah dilaksanakan. Hal tersebut berkaitan dengan pertumbuhan perusahaan yang baik sehingga perusahaan terlihat lebih unggul dan mampu menghadapi persaingan sehingga memperoleh respon positif dari faktor dan para pemangku kepentingan (Nurjanah, 2015). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Munsaidah, dkk (2016).

Pertumbuhan (*growth*) adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam faktor ekonomi secara keseluruhan atau faktor ekonomi untuk faktor_e yang sama (Machfoedz, 2007). Pertumbuhan perusahaan sangat diharapkan oleh banyak pihak baik internal maupun eksternal, karena pertumbuhan yang baik faktor tanda bagi perkembangan perusahaan. Pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan, karena dianggap mampu menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari waktu ke waktu. Pertumbuhan perusahaan pada dasarnya dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu :

- 1) Pertumbuhan dari luar (*external growth*) Secara umum bila kondisi pengaruh dari luar ini positif, maka akan meningkatkan

peluang perusahaan untuk semakin bertumbuh dari waktu ke waktu.

- 2) Pertumbuhan dari dalam (*internal growth*) yaitu menyangkut tentang produktivitas perusahaan tersebut. Secara umum, semakin meningkat produktivitas perusahaan, maka pertumbuhan perusahaan juga diharapkan meningkat dari waktu ke waktu.
- 3) Pertumbuhan karena pengaruh dari iklim dan situasi usaha _ubli
Jika infrastruktur dan iklim usaha mendukung usaha tersebut, maka pertumbuhan perusahaan akan terlihat baik dari waktu ke waktu.

Menurut Pradana (2013), alat ukur untuk pertumbuhan perusahaan ada 2 yaitu :

- 1) *Assets Growth Ratio Assets Growth*

Menunjukkan pertumbuhan aset dimana aset merupakan aktiva yang digunakan untuk aktiva operasional perusahaan. Semakin besar _ubli diharapkan semakin besar hasil operasional yang dihasilkan oleh perusahaan.

- 2) *Sales Growth Ratio*

Pradana (2013), mengemukakan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan perubahan penjualan per tahun. *Sales growth* yang tinggi memberi indikator perusahaan yang bersangkutan dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaannya dan diharapkan dapat meningkatkan laba yang dihasilkan.

B. Telaah Penelitian Terdahulu

Beberapa hasil penelitian terdahulu memberikan dasar rujukan tentang penelitian yang dilakukan saat ini. Berkaitan dengan hal tersebut, beberapa hasil telaah penelitian terdahulu ini dapat digunakan sebagai bahan rujukan yang disajikan sebagaimana tabel 2.1.

Tabel 2.1
Telaah Penelitian Praktik Perataan Laba Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	Evandini dan Darsono (2014)	Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI	Ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> pada perusahaan manufaktur. <i>Leverage</i> menunjukkan pengaruh negatif signifikan, serta terdapat tiga faktor yang tidak terbukti signifikan yaitu profitabilitas, kepemilikan saham oleh faktor, dan pertumbuhan perusahaan.
2	Pradnyani dan Sisdyani (2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Dewan Komisaris Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	Profitabilitas dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan Ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Tabel 2.1
Telaah Penelitian Praktik Perataan Laba Terdahulu
(Lanjutan)

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
3	Munsaidah, et al (2018)	Analisis Pengaruh Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage, dan Growth Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2014	Firm size, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan (growth) berpengaruh positif terhadap CSR. Sedangkan umur (age) dan leverage berpengaruh negatif terhadap CSR.
4	Indraswari dan Mimba (2017)	Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Kapitalisasi Pasar dan Kepemilikan Saham Publik Pada Tingkat Pengungkapan CSR	Kapitalisasi pasar berpengaruh positif pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, kepemilikan saham publik berpengaruh negatif pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
5	Parengkuan (2017)	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Melalui Pojok Bursa FEB – UNSRAT	Corporate social responsibility tidak mempunyai pengaruh terhadap kinerja keuangan dan ROA.

Tabel 2.1
Telaah Penelitian Praktik Perataan Laba Terdahulu
(Lanjutan)

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
6	Wahyuningsih dan Mahdar (2018)	Pengaruh Size, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Secara bersama - sama ukuran perusahaan, <i>leverage</i> dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
7	Lisa, et al (2018)	Pengaruh Size, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2015	Size dan Profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> . Sedangkan, <i>leverage</i> berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> .
8	Ruroh dan Latifah (2018)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan <i>Risk Minimization</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di BEI Periode 2015- 2016)	Profitabilitas, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan dan <i>risk minimization</i> berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i> pada perusahaan pertambangan selama periode 2015-2016

Tabel 2.1
Telaah Penelitian Praktik Perataan Laba Terdahulu
(Lanjutan)

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
9	Mardi, et al (2019)	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Melalui <i>Corporate Social Responsibility</i>	Dewan komisaris dan kinerja keuangan berpengaruh signifikan dan berhubungan positif terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> maupun nilai perusahaan. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh signifikan dan berhubungan positif terhadap nilai perusahaan tetapi tidak bisa menjadi mediator antara variabel independen dengan variabel dependen. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> maupun nilai perusahaan, Perencanaan bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> tetapi berpengaruh signifikan dan berhubungan positif terhadap nilai perusahaan.

C. Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan perusahaan (Brigham dan Houston, 2018:107). Analisa

profitabilitas dalam hubungannya dengan investasi salah satunya terdiri atas tingkat pengembalian total aktiva (*return on total assets*).

Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka manajer lebih termotivasi untuk memberikan informasi yang lebih terperinci termasuk kebebasan untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya. Ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan akan memiliki dana untuk mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Dengan profitabilitas yang tinggi, manajemen perusahaan wajib untuk mengungkapkannya secara terbuka sehingga menimbulkan sinyal positif mengenai posisi perusahaan saat itu.

Dinamika sosial yang muncul sebagai dampak dari industrialisasi telah menghasilkan stakeholder dan masyarakat yang semakin kritis. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya mereka dalam meningkatkan taraf hidupnya serta memposisikan diri sebagai subyek dan mitra yang setara.

Hubungan keagenan merupakan suatu hubungan dimana pemilik perusahaan (*principle*) mempercayakan pengelolaan perusahaan oleh orang lain yaitu manajer (*agent*) sesuai dengan kepentingan pemilik (*principle*) dengan mendelegasikan beberapa wewenang pengambilan keputusan kepada manajer (*agent*). Manajer dalam menjalankan perusahaan mempunyai kewajiban untuk mengelola perusahaan sebagaimana diamanahkan oleh pemilik (*principle*) yaitu meningkatkan kemakmuran prinsipal melalui peningkatan nilai perusahaan, sebagai imbalannya manajer (*agent*) akan mendapatkan gaji, bonus atau

kompensasi lainnya. Terlaksananya tujuan perusahaan untuk mendapatkan *profit* akan memberikan kebebasan kepada manajemen perusahaan untuk melakukan *corporate social responsibility* yang juga merupakan langkah untuk menjaga korelasi baik dengan *principle*.

Lisa, et al (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Hal ini sejalan dengan penelitian Indraswari dan Mimba (2017) serta Evandini dan Darsono (2014). Sedangkan penelitian yang dilakukan Ruroh dan Latifah (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian Wahyningsih dan Mahdar (2018), Pradnyani dan Sisdyani (2015), dan Evandini dan Darsono (2014) menyimpulkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap corporate social responsibility

2. Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Menurut Brigham dan Houston, (2018:113), *leverage* adalah tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang dalam membiayai aktivitas operasinya. Berdasarkan teori tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki *leverage* keuangan yang baik adalah perusahaan yang memiliki *debt to equity ratio* yang rendah

Perusahaan dengan *leverage* tinggi memiliki kewajiban lebih dalam mengungkapkan *corporate social responsibility* dibanding dengan perusahaan yang *leverage* rendah. Hal itu dikarenakan perusahaan yang berisiko tinggi biasanya berusaha untuk meyakinkan kreditur dengan pengungkapan informasi yang lebih detail. Tambahan informasi tersebut diperlukan untuk menghilangkan keraguan terhadap dipenuhinya hak hak kreditur. Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi akan melakukan *corporate social responsibility* yang dibuat agar tidak diawasi secara ketat atau menghindari pengawasan khusus dari para pemegang hutang. Oleh karena itu, biasanya manajemen perusahaan memfokuskan pada peningkatan laba sehingga luasnya *corporate social responsibility* dikurangi.

Teori keagenan menyebutkan bahwa utang (*leverage*) adalah salah satu mekanisme bagi *shareholder* untuk meminimumkan masalah keagenan dengan manajer. *principle* dan *agent* memiliki sifat saling mempengaruhi. Hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya berbentuk responsibilitas dan akuntabilitas. Oleh karena itu, *agent* harus memiliki akuntabilitas terhadap *principle*-nya. Sifat dari akuntabilitas itu ditentukan dengan hubungan antara *stakeholder* dan organisasi. Sehingga dengan memahami *agency theory* ini, rasio *leverage* diungkapkan merupakan gambaran sebenarnya mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan. Sehingga, dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang.

Penelitian Munsaidah, et al (2018) serta penelitian Pradnyani dan Sisdyani (2015) menunjukkan *leverage* tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan hasil penelitian Ruroh dan Latifah (2018), Lisa, et al (2018) dan Wahyuningsih dan Mahdar (2018) menunjukkan bahwa *leverage* yang berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H2. Leverage berpengaruh positif terhadap corporate social responsibility

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility

Ukuran perusahaan adalah gambaran besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva (Sujianto, 2001:129). Nilai total aktiva mencerminkan harta atau kekayaan perusahaan. Ukuran perusahaan yang lebih besar cenderung akan lebih kritis mendapatkan tekanan dari *stakeholders*.

Semakin besar nilai total aktiva semakin besar pula ukuran perusahaan sehingga kinerja perusahaan dapat dikatakan baik. Oleh karena itu, dapat diinterpretasikan bahwa semakin banyak jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan semakin luas *corporate social responsibility* perusahaannya. Ukuran perusahaan juga akan

mempengaruhi seluruh item perusahaan, antara lain jumlah pegawai atau karyawan, jumlah produksi, pendapatan perusahaan dan sebagainya. Dari hal tersebut sangat diharapkan para *principle* mendapatkan informasi yang lengkap dan untuk mendapatkan informasi yang lengkap tersebut *agent* harus menyelaraskan potensi perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham lainnya sehingga permasalahan antara *agent* dan *principle* diasumsikan akan hilang apabila seorang manajer juga sekaligus sebagai pemegang saham. Menyikapi hal tersebut, *agent* berusaha untuk memenuhi tuntutan dari para *principle*-nya demi keberlangsungan kegiatan operasi perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan teori keagenan yang menjelaskan suatu hubungan dimana pemilik perusahaan (*principle*) mempercayakan pengelolaan perusahaan oleh orang lain yaitu manajer (*agent*) sesuai dengan kepentingan pemilik (*principle*) dengan mendelegasikan beberapa wewenang pengambilan keputusan kepada manajer (*agent*).

Penelitian oleh Mardi, et al (2019) serta penelitian Pradnyani dan Sisdyani (2015) menunjukan ukuran perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan Ruroh dan Latifah (2018) dan Wahyuningsih dan Mahdar (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lisa, et al (2018) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap

corporate social responsibility disclosure Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H3. Ukuran berpengaruh positif perusahaan terhadap corporate social responsibility

4. Pengaruh Risk Minimization terhadap Corporate Social Responsibility

Risk minimazation adalah salah satu alasan mengapa perusahaan mengungkapkan *corporate social responsibility (CSR)*. *Risk minimization* merupakan bagian penting dari setiap strategi komunikasi yang kuat perusahaan untuk membangun budaya asli untuk melakukan hal yang benar dalam korporasi dasar pada setiap strategi *corporate social responsibility* sehingga dapat membantu mengimbangi risiko ini.

Risk Minimization bukan hanya sekedar kepatuhan, melainkan perusahaan harus menyadari dampak nyata dan dampak potensial secara sosial ekonomi, politik maupun lingkungan. Berdasarkan pada kesadaran inilah, perusahaan harus mengembangkan dan mengimplementasikan kebijakan serta prosedur untuk meminimalisasi berbagai kerusakan atau kerugian yang mungkin dihasilkan dan mungkin terjadi dari operasi perusahaan. Disharmoni antara *principle* dan *agent* akan memunculkan masalah keagenan (*agency problem*) yang akan mengganggu kelancaran bisnis perusahaan. Masalah Keagenan biasanya terjadi ketika ada konflik kepentingan (*Conflict of Interest*) dalam hal kebijakan yang harus dilakukan di dalam sebuah hubungan keagenan (*Agency Relationship*). Bila sudah terjadi permasalahan, maka biaya untuk *recovery* akan jauh lebih berlipat bila dibandingkan dengan anggaran untuk melakukan

program *corporate social responsibility*. Oleh karena itu, pelaksanaan *corporate social responsibility* sebagai langkah preventif untuk mencegah memburuknya hubungan dengan stakeholders perlu mendapat perhatian. Pendekatan *stakeholder*, membuat organisasi memilih untuk menanggapi banyak tuntutan yang dibuat oleh para pihak yang berkepentingan (*stakeholder*).

Penelitian yang dilakukan Ruroh dan Latifah (2018) menunjukkan bahwa *risk minimization* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Perusahaan ini sudah melakukan *risk minimization* dengan baik karena lebih banyak perusahaan yang mempunyai komite manajemen risiko daripada yang tidak. *Risk minimization* yang baik mengharuskan program *corporate social responsibility* perusahaan tersebut harus lebih tinggi dalam mengungkapkan *corporate social responsibility*. Sehingga *risk minimization* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H4. Risk Minimization berpengaruh positif terhadap corporate social responsibility.

5. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility

Pertumbuhan perusahaan adalah rasio pertumbuhan yang menggambarkan persentase pertumbuhan pos-pos perusahaan dari tahun ke tahun. Rasio ini terdiri atas kenaikan penjualan, kenaikan laba bersih, *earning per share*, dan kenaikan *dividen per share* (Sofyan, 2013:309).

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa pertumbuhan perusahaan merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya dari tahun ke tahun.

Pertumbuhan perusahaan merupakan gambaran kekuatan perusahaan untuk bertahan hidup. Dengan terjaminnya kegiatan ekonomi perusahaan maka harapan para *principle*, perusahaan akan meningkatkan perhatian terhadap aktivitas sosial lingkungannya. Perusahaan akan melakukan pengungkapan lebih terkait dengan aktivitas serta kebijakan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan. Hal tersebut berkaitan dengan pertumbuhan perusahaan yang baik sehingga perusahaan terlihat lebih unggul dan mampu menghadapi persaingan sehingga memperoleh respon positif dari publik dan para pemangku kepentingan.

Teori keagenan mulai berlaku ketika terjadi hubungan kontraktual antara pemilik modal (*principal*) dengan *agent*. *Principal* yang tidak mampu mengelola perusahaannya sendiri menyerahkan tanggung jawab operasionalnya kepada *agent* sesuai dengan kontrak kerja yang telah disepakati. Pihak manajemen yang berperan sebagai *agent* bertanggung jawab secara moral dan *professional* dalam menjalankan perusahaan dengan sebaik mungkin untuk mengoptimalkan operasi dan laba perusahaan. Pihak manajemen yang berperan sebagai *agent* bertanggung jawab secara moral dan *professional* dalam menjalankan perusahaan dengan sebaik mungkin untuk mengoptimalkan operasi dan laba

perusahaan. Sebagai balasan atau imbalannya, manajer yang berperan sebagai *agent* akan memperoleh kompensasi sesuai dengan kontrak yang ada. Sementara itu, pihak *principal* melakukan *control* terhadap kinerja agen untuk memastikan modal yang dimiliki apakah sudah dikelola dengan baik. Motifnya sudah tentu agar modal yang telah ditanam dapat berkembang dengan optimal. Sesuai harapan para *principle*, perusahaan yang memiliki pertumbuhan baik akan meningkatkan perhatian terhadap aktivitas sosial lingkungannya. Teori Keagenan digunakan dengan ketat dalam suatu organisasi arah terpusat (*centered-way organization*).

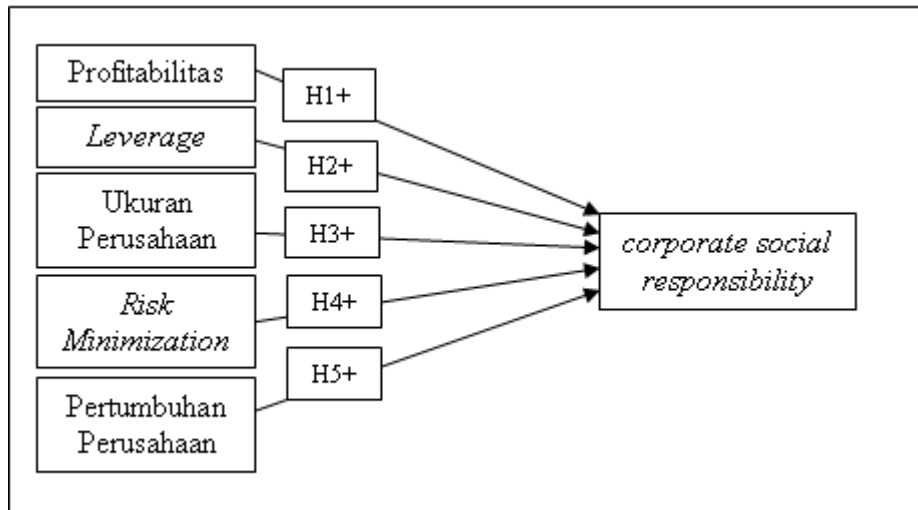
Penelitian yang dilakukan Evandini dan Darsono (2014) serta penelitian Indraswari dan Mimba (2017) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh pada tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Munsaidah, et al (2018) menunjukan hasil yang berbeda yaitu pertumbuhan perusahaan (*growth*) berpengaruh positif terhadap CSR. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H5. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap corporate social responsibility.

D. Model Penelitian

Penelitian ini berusaha untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* keuangan, kebijakan dividen, kepemilikan publik,

likuiditas dan reputasi auditor terhadap praktik perataan laba. Berkaitan dengan hal tersebut, berikut kerangka pikirnya.



Gambar 2.1
Model Penelitian

BAB III

METODA PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2018. Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* (BEI 2014-2018). Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian sampel adalah:

- a. Perusahaan manufaktur yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014-2018.
- b. Perusahaan manufaktur yang tidak menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan yang telah diaudit secara lengkap per 31 Desember.
- c. Perusahaan manufaktur yang tidak menghasilkan laba selama periode 2014-2018.
- d. Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan tidak dalam bentuk rupiah secara berturut-turut selama periode 2014-2018.
- e. Perusahaan yang tidak memiliki data laporan keuangan lengkap sesuai dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian.

B. Data Penelitian

1. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa laporan tahunan tahun 2014-2018 perusahaan sampel. Data profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, *risk*

minimization dan pertumbuhan perusahaan diperoleh dari ICMD (*Indonesian Capital Market Directory*) dengan periode waktu tahun 2014-2018

2. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa laporan tahunan tahun 2014-2018 perusahaan sampel. Data profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, *risk minimization* dan pertumbuhan perusahaan diperoleh dari ICMD (*Indonesian Capital Market Directory*) dengan periode waktu tahun 2014-2018

C. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

Tabel 3.1
Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Alat Ukur
1	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Untung, 2010:1)	$CSR_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \times 100\%$ (Haniffa dan Cooke, 2005)

Tabel 3.1
Variabel Penelitian
(Lanjutan)

No	Variabel	Definisi	Alat Ukur
2	Profitabilitas (PRO)	Hubungan antara pendapatan dan beban secara umum dengan menggunakan total aktiva atau aset perusahaan, baik aset lancar maupun aset tetap di dalam kegiatan produksi (Gitman, 2003:591)	$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$ (Gitman, 2003:591)
3	Leverage (LEV)	Penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap dengan harapan bahwa akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar daripada beban tetapnya sehingga akan meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham (Sartono, 2001:253).	$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$ (Sartono, 2001:253)
4	Ukuran Perusahaan (UP)	Gambaran besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva (Sujianto, 2001:129)	$UP = \ln \text{Total Aktiva}$ (Sujianto, 2001:129)
5	<i>Risk minimization</i> (RM)	Kesadaran perusahaan akan dampak nyata dan dampak potensial, baik secara sosial ekonomi, politik maupun lingkungan, agar dapat mengembangkan dan mengimplementasikan kebijakan serta prosedur untuk meminimalisasi berbagai kerusakan atau kerugian yang mungkin dihasilkan dari operasi perusahaan (Ruroh dan Latifah, 2018).	Variabel Risk Minimization dengan indikator ada atau tidak Komite manajemen risiko, dilihat dengan skala dummy, jika ada(1) jika tidak(0) (Ruroh dan Latifah, 2018).

Tabel 3.1
Variabel Penelitian
(Lanjutan)

No	Variabel	Definisi	Alat Ukur
6	Pertumbuhan Perusahaan (PP)	Rasio kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya (Kasmir, 2012:107)	$\text{Growth} = \frac{TA_t - TA_{t-1}}{TA_{t-1}} \times 100\%$ (Kasmir, 2012:107)

D. Metoda Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah penyajian data secara numerik. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan *skewness* (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2018). Data yang diolah berupa data kualitatif dan data kuantitatif.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya memiliki distribusi data yang normal/tidak, uji yang dipakai adalah *Kolmogorov-Smirnov*. Uji ini dilakukan dengan membandingkan probabilitas yang diperoleh dengan taraf signifikansi $\alpha=0,05$. Apabila *Sign* hitung $> \alpha$, maka data akan didistribusikan secara normal.

Sedang jika sebaliknya maka data tidak akan didistribusikan secara normal.

b. Uji Multikolonieritas

Multikolinearitas adalah hubungan antara variabel prediktor atau independen terhadap variabel prediktor yang lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2018). Uji multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat nilai *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai VIF kurang dari 10 atau nilai *tolerance* $> 0,10$ maka model regresi berganda tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penafsiran koefisien regresi menjadi tidak efisien. Model regresi yang baik adalah bila varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap atau homoskedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu salah satunya dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID

(Gozhali, 2018). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual yang telah di-*studentized*.

d. Uji Autokorelasi

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

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Metoda Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda (*multiple regression analysis*). Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis ini juga mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungannya. Model regresi linier berganda dalam penelitian ini berupa persamaan sebagai berikut:

$$CSR = \alpha + \beta_1 PRO + \beta_2 LEV + \beta_3 UP + \beta_4 RM + \beta_5 PP + e$$

Keterangan:

CSR	= Nilai yang diprediksikan (<i>Corporate Social Responsibility</i>)
α	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$	= Koefisien variabel
PRO	= Profitabilitas (<i>Return On Asset</i>)
LEV	= <i>Leverage</i> Keuangan (<i>Debt to Equity Ratio</i>)
UP	= Ukuran Perusahaan
RM	= <i>Risk Minimization</i>
PP	= Pertumbuhan Perusahaan (<i>Growth</i>)
e	= error

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

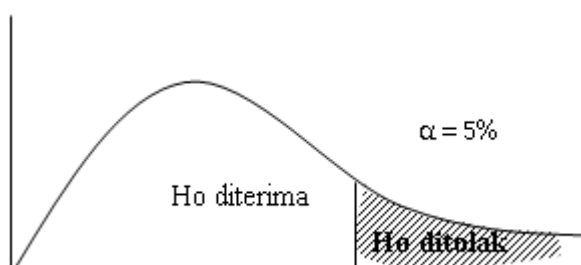
b. Uji Statistik F

Uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual (*goodness of fit*). Uji statistik F menunjukkan apakah variabel independen yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel

dependen dan model dalam penelitian bagus dan tepat (*fit*). Menentukan nilai F tabel menggunakan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan pembilang (df_1) = k dan derajat kebebasan penyebut (df_2) = n - k - 1 (k adalah jumlah variabel bebas).

Pengujian yang dilakukan dengan distribusi F adalah membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel (Ghozali, 2018:98). Keputusan yang diambil yaitu:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau $P\text{ Value} \leq 0,05$, maka model dalam penelitian layak atau *fit*.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, $P\text{ Value} > 0,05$, maka model dalam penelitian tidak layak atau tidak *fit*.



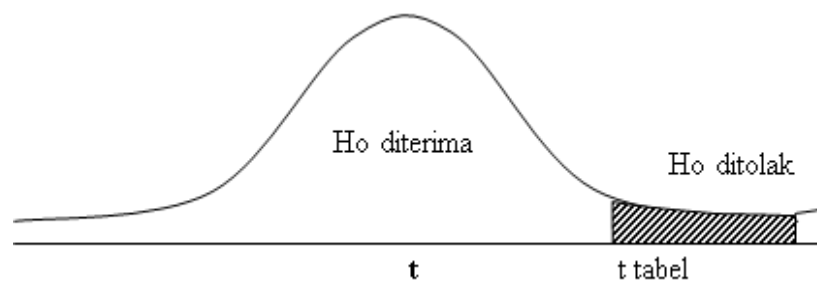
Gambar 3.1
Uji Statistik F

c. Uji Statistik t

Uji t digunakan untuk menunjukkan variabel dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengukur signifikansi pengaruh pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan t tabel (nilai kritis) sesuai dengan tingkat signifikansi

yang digunakan (Ghozali, 2018:98). Kriteria penerimaan hipotesis positif :

- 1) Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $p \text{ value} < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ atau $p \text{ value} > \alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.



Gambar 3.2
Kurva Uji t Penerimaan Hipotesis Positif

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2018. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga diperoleh data yang dapat diolah sebanyak 40 perusahaan. Berdasarkan hasil analisis data tersebut, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, *risk minimization*, dan pertumbuhan perusahaan terhadap *corporate social responsibility* sebesar 15,3%, sisanya sebesar 84,7% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini..
2. Hasil uji F menunjukan profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, *risk minimization*, dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* sehingga model yang digunakan layak (*fit*).
3. Hasil uji t menunjukan bahwa hipotesis profitabilitas dan ukuran perusahaan diterima, sedangkan *leverage*, *risk minimization* dan pertumbuhan perusahaan tidak diterima. Hasil uji t menunjukan profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, sedangkan *leverage*, *risk minimization* dan

pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian menyadari bahwa dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian, antara lain:

1. Perusahaan yang dijadikan sampel penelitian hanya mendasar pada perusahaan manufaktur saja, sehingga kurang mewakili seluruh emiten yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Karena keterbatasan tersebut, maka penelitian ini hanya terdapat 40 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel penelitian.
2. Penelitian ini menggunakan data periode yang relatif pendek, yaitu tahun 2011-2015, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan pada data serupa yang diterbitkan pada periode yang lain. Terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi *corporate social responsibility* yang tidak tercakup dalam penelitian, sehingga tidak berhasil membuktikan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan, maka saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian selanjutnya menggunakan objek penelitian yang lebih luas, tidak hanya pada perusahaan manufaktur saja, tetapi bisa mengambil perusahaan sektor lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

seperti sektor perbankan, jasa keuangan, sehingga memungkinkan hasilnya lebih baik dari penelitian ini.

2. Penelitian selanjutnya menambah tahun atau memperpanjang tahun penelitian dan perlu direplikasi dengan data dan periode berbeda, sehingga dapat diperoleh informasi yang dapat mendukung atau dapat memperbaiki hasil penelitian.
3. Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel rasio keuangan dengan proksi lain yang lebih lengkap seperti *net profit margin*, *operating profit margin*, *quick ratio*, *leverage operasi*, *net present value*, *return on equity*, *debt to asset ratio* serta menambah variabel makro ekonomi lain seperti inflasi, tingkat suku bunga dan produk domestik bruto.

DAFTAR PUSTAKA

- Bhatt, M. R. 2002. *Corporate Social Responsibility and Natural Disaster Reduction: Local Overview of Gujarat*. London: Benfield Hazard Research Center of University College.
- Brigham, Eugene F, et al. 2018. *Essenatial of Financial Management*. Fourth Edition. Singapore: Cengage Learning Asia Pte Ltd.
- Dagiliene, L and Gokiene, R., 2011. *Valuation of corporate social responsibility reports. Economics and management* (p. 21-27). Academic Press.
- Deegan, Craig. 2000. *Financial Accounting Theory*. Australia NSW: McGrawHill.
- Evandini, Christa dan Darsono,. 2014. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Diponegoro Journal Of Accounting*. Volume 3: 1-11.
- Ghozali, Imam dan A Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 Edisi 9 Prof Dr H Imam Ghozali M Com Akt*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitman, Lawrence J. 2003. *Principles of Managerial Finance, seventeenth edition*. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.
- Hanafi, Mamduh M. dan Abdul Halim. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2011. *Teori Akuntansi (Revisi 2011 Cetakan 11*, Jakarta: Penerbit Rajawali Pers.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2013. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan, Cetakan Kesebelas*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (Revisi 2017). Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta : IAI.
- Indraswari, I Gusti Ayu Laksmi dan Ni Putu Sri Harta Mimba. 2017. Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Kapitalisasi Pasar Dan Kepemilikan Saham Publik Pada Tingkat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Volume 20.2: 1219 – 1248.

- James C, Van Horne dan John M. Wachowicz. 2005. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan. Edisi kedua belas*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kieso, Donald E., Jerry J. Weygandt and Terry D. Warfield. 2004. *Intermediate Accounting. Eleventh Edition*. USA: John Wiley and Sons Inc.
- Lisa, Sofatul Lail, et al. 2018. Pengaruh *Size*, Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* Pada Perusahaan Industri Barang konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2015. *Jurnal Riset Akuntansi*. Volume 1: 152 – 163.
- Lucyanda, Jurica dan Siagian. 2012. *The Influence of Company Characteristics Toward Corporate Social Responsibility Disclosure*. *Journal The International Conference on Business and Management*. Vol 1 : 601 - 612.
- Machfoedz. 2007. *Alat ukur penelitian*. Yogyakarta: Fitramaya.
- Mardi, et al. 2019. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Melalui *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Volume 26.2 : 1518-1544.
- Margiono. 2006. Menuju *Corporate Social Leadersip*. *Suara Pembaruan*. Hal 7.
- Munsaidah, Siti, et al. 2016. Analisis Pengaruh *Firm Size*, *Age*, Profitabilitas, *Leverage*, dan *Growth* Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* Pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2014
- Nurjanah, Novi. 2015. Kinerja Lingkungan, *Leverage*, Profil dan Pertumbuhan Perusahaan; Pengaruhnya terhadap *CSR Disclosure*. Skripsi. Semarang: Jurusan Akuntansi Universitas Negeri Semarang.
- Nurlela, Rika dan Islahuddin. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal dan Prosiding SNA - Simposium Nasional Akuntansi*. Volume 11.
- Parengkuan, Winnie Eveline. 2017. Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Melalui Pojok Bursa FEB – UNSRAT. *Jurnal EMBA*. Volume 5: 564 – 571.

- Pradnyani, I Gusti Agung Arista Dan Sisdyani, Eka Ardhani. 2015. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Dewan Komisaris Pada Pengungkapan Taanggung Jawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Volume 11: 384-396
- Purnasiwi, Jayanti. 2011. Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Skripsi. Semarang : Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Rahmatullah, Kurniati. Trianita. 2011. *Panduan Praktis Pengelolaan Corporate Social Responsibility*. Cetakan I. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.
- Rachman, Nurdizal, Asep Effendi dan Emir Wicaksana. 2011. *Panduan Lengkap Perencanaan Corporate Social Responsibility* . Jakarta: Penerbit Penebar Swadaya.
- Reeve, James M, Carl S.Warren dan Jonathan E.Duchac. 2007. *Principles of Accounting*. 22e. South-Western: Thomson.
- Ruroh, Ivon Nurmas dan Sri Wahjuni Latifah. 2018. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Risk Minimization Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015- 2016). *Jurnal Akademi Akuntansi*. Volume 1 : 42 – 53.
- Sartono, Agus. 2001. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Sofyaningsih, Sri Pacawati Hardiningsih. 2011. Struktur Kepemilikan, Kebijakan Dividen, Kebijakan Utang Dan Nilai Perusahaan *Ownership Structure, Dividend Policy and Debt Policy and Firm Value*. *Jurnal Dinamika Keuangan Dan Perbankan*. Vol. 3, No. 1.
- Sujianto. 2001. *Dasar-dasar management Keuangan*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Sukirno, Sadono. 2013. *Pengantar Bisnis Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Syamsudin, Lukman. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Edisi Baru*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ullman, A. 1982. *Data in Search of a Tjeory: A Critical Examination of the Relationships among Social Performance, Social Disclosure, and Economic Performance of U.S. Firms*. *Academy of Management Review*. Vol.10, No.3, pp 540-557.

Utami, Indah Dewi dan Rahmawati. 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*. Volume 21 : 297 – 304.

Wahyuningsih, Ana dan Nera Marinda Mahdar. 2018. Pengaruh Size, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Kalbisocio*. Volume 5: 27 – 34.

Weston J.Fred. dan Eugene F. Brigham, 2001, *Dasar-Dasar manajemen Keuangan*, Jakarta : Erlangga.

Weston, J. Feed dan Thomas E. Copeland. 2010. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Binarupa Aksara.

Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Jakarta : PT Gramedia.

www.idx.co.id, diakses pada tanggal 25 Juli 2019.

Yuliani, Nur Laila, et al. 2017. Analisis Determinasi Praktik Laba. *Simposium Nasional Akuntansi*. Volume 20 : 1-18