PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)

(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
pada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang

Oleh :

PUTRA
2019/19043182

JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2022

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020)

Nama	**: PUTRA**
Nim/TM	**: 19043182/2019**
Program Studi	**: Akuntansi**
Keahlian	**: Akuntansi Keuangan**
Fakultas	**: Ekonomi**

Padang, Mei 2022

Disetujui Oleh:

Mengetahui,	
Ketua Program Studi Akuntansi	**Pembimbing**
Sany Dwita, SE, M.Si, Ak, CA, Ph.D	**Mia Angelina Setiawan, SE, M.Si**
NIP. 19800103 200212 2 001	**NIP. 19880507 201404 2 001**

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Ujian Skripsi
Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang

Judul	**: Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) *(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020)***
Nama	**: PUTRA**
NIM/TM	**: 19043182/2019**
Jurusan	**: Akuntansi**
Keahlian	**: Akuntansi Keuangan**
Fakultas	**: Ekonomi**

Padang, Mei 2022

Tim Penguji

No.	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1.	Ketua	: Mia Angelina Setiawan, SE, M.Si	1.
2.	Anggota	: Dr. Eka Fauzihardani SE, M.Si, Ak	2.
3.	Anggota	: Vita Fitria Sari SE, M.Si	3.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: PUTRA
NIM/TM	: 19043182/2019
Tempat/tgl lahir	: Koto Anau / 05 April 1996
Jurusan	: Akuntansi
Fakultas	: Ekonomi
Alamat	: Jorong Timbulun, Koto Gadang Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok
No. HP	: 082285321716
Judul Skripsi	: Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) *(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020)*

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana), baik di UNP maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan cara menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/ skripsi ini sah apabila telah ditandatangani **asli** oleh tim pembimbing, tim penguji dan ketua jurusan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pertanyaan ini, maka saya bersedia menerima **sanksi akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karna karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Padang, 25 Mei 2022

Yang menyatakan

PUTRA

NIM. 19043182

ABSTRAK

Putra, 19043182/2019, Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) *(*Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2020*)*

Pembimbing : Mia Angelina Setiawan, SE, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2020 yaitu 193 perusahaan. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dimana jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 385 sampel. Jenis data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari website www.idx.co.id dan website perusahaan. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial bahwa variabel Ukuran perusahaan yang diukur dengan *Logaritma Natural* dari total aset berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 sampai tahun 2020 sedangkan variabel Profitabilitas yang diukur menggunakan *Return On Asset* dan variabel *Leverage* yang diukur menggunakan *Debt Equity Ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada Perusahaan

Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 sampai tahun 2020.

Kata Kunci : ***Corporate Social Responsibility, Leverage*****, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan.**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)".**

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Fakultas Ekonomi di Universitas Neegri Padang. Penulis menyadari selama proses penyusunan skripsi ini telah banyak mendapat bantuan, bimbingan, dorongan dan motivasi, baik secara moral maupun material dari berbagai pihak oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Keluarga tercinta, terkasih dan tersayang, terima kasih banyak atas doa, dukungan, semangat dan bantuan yang diberikan sampai dengan studi ini selesai diwaktu yang tepat.
2. Ibu Mia Angelina Setiawan SE, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah mengarahkan, membimbing dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

3. Ibu Dr. Eka Fauzihardani SE, M.Si, Ak dan Ibu Vita Fitri Sari SE, M.Si selaku tim penguji yang telah mengoreksi, memberikan saran dan masukan untuk perbaikan skripsi ini kearah yang lebih baik.
4. Ibu Sany Dwita, SE, M.Si, Ak, CA, Ph.D selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
5. Ibu Vita Fitria Sari, SE, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
6. Bapak Dovi Septiari, SE, M.Sc selaku dosen pembibing akademik selama masa studi di Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
7. Bapak Dr. H. Indris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
8. Bapak Prof. Drs. Genfri, M.Pd, Ph.D selaku Rektor Universitas Negeri Padang.
9. Seluruh Dosen Akuntansi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa kuliah dan bantuan dalam penulisan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat terbaik yang telah memberikan dukungan, doa, dan semangat selama penulisan skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam membatu penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dan dapat menyempurnakan skripsi ini, sehingga dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Akhirnya segenap bantuan yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga Allah SWT yang membalas budi baik dan memberikan rahmat serta karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu. Aamiin.

Padang, 25 Mei 2022

PUTRA

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK ..... **i**
KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **vi**
DAFTAR TABEL ..... **viii**
DAFTAR GAMBAR ..... **ix**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **x**

BAB 1 PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Tujuan Penelitian 9
1.4 Manfaat Penelitian 10
1.5 Sistematika Penulisan 10

BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL & HIPOTESIS **12**
2.1 Kajian Teori 12
A. *Agency Theory* 12
B. *Corporate Social Responsibility* 14
C. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* 20
D. Profitabilitas 21
E. *Leverage* 23
F. Ukuran Perusahaan 26
2.2 PenelitianTerdahulu 27
2.3 Pengembangan Hipotesis 37
2.4 Kerangka Konseptual 41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN **42**
3.1 Jenis Penelitian 42
3.2 Populasi dan Sampel 42
3.3 Jenis dan Sumber Data 46
3.4 Teknik Pengumpulan Data 47
3.5 Variabel Penelitian dan Pengukuran 47
3.6 Analisis Statistik 52

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN **59**
4.1 Gambaran Umum Sampel 59
4.2 Analisis Statistik Deskriptif 59

4.3 Uji Asumsi Klasik 61
4.4 Analisis Regresi 66
4.5 Pembahasan 71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 77
5.1 Kesimpulan 77
5.2 Saran 77
DAFTAR PUSTAKA 79
LAMPIRAN 82

DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu 35
Tabel 3.1 Daftar Sampel Penelitian 44
Tabel 3.2 Daftar Perusahaan Manufaktur Yang Menjadi Sampel Penelitian 44
Tabel 3.3 Indikator Gri G4 Yang Digunakan Dalam Penelitian 48
Tabel 4.1 Descriptive Statistik 60
Tabel 4.2 *One Sample Kolmogorov Smirnov* (K-S) 62
Tabel 4.3 Uji Multikolonieritas 63
Tabel 4.4 Uji Glejser 64
Tabel 4.5 Uji Autokorelasi 65
Tabel 4.6 Analisis Regresi Linear Berganda 66
Tabel 4.7 Koefisien Determinansi (R^2) 68
Tabel 4.8 Uji Parsial 69

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 41
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas 64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampira		Halaman
Lampiran 1	Surat Permohonan Permintaan Data Penelitian	82
Lampiran 2	Surat Balasan Permintaan Data Penelitian	83
Lampiran 3	Indeks GRI Standar 2018	84
Lampiran 4	Tabulasi Data Penelitian	89
Lampiran 5	Pengukuran Dummy Variabel Pengungkapan CSR	99

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era saat ini, perusahaan saling bersaing untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat agar dapat terus berkembang, tidak hanya semata-mata untuk mencapai tujuan perusahaan saja tetapi perusahaan dituntut pula untuk bertanggung jawab dengan tidak mengabaikan dampak yang timbul dari aktivitas perusahaan tersebut. Tanggung jawab perusahaan sebenarnya sudah diatur di dalam Peraturan pemerintah No. 47 Tahun 2012 pasal 2 yang berbunyi: "Setiap perseroan selaku objek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan", maka setiap perusahaan yang menjalankan bidang usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Salah satu bentuk yang dapat dilakukan oleh perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan yaitu dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal tentang Pengungkapan Corporate Social Responsibility juga di atur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 paragraf 9 tentang pengungkapan dampak lingkungan.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu konsep bisnis yang berkaitan dengan bisnis berkelanjutan. Perusahaan tidak hanya semata-mata mendapatkan profit saja, tetapi hal yang lebih penting adalah perusahaan harus mempertimbangkan dampak yang akan ditimbulkan dari aktivitas perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat disekitarnya.

Perusahaan yang memutuskan untuk *go public* menempatkan masyarakat menjadi salah-satu *stakeholders* yang berhak membeli saham dan memperhatikan setiap aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, masyarakat berhak menerima setiap informasi yang berkaitan terkait aktivitas bisnis. *Corporate Social Responsibility* menjadi salah-satu instrumen penting laporan tahunan perusahaan terhadap *stakeholders* yang berkaitan dengan aktivitas sosial perusahaan. Semakin bertambahnya kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan, perusahaan juga dituntut dan berkomitmen untuk berperan serta dalam proses pembangunan ekonomi berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat.

Sebagai perusahaan yang telah *go public* dan tercatat di Bursa Efek Indonesia, perusahaan manufaktur yang aktvitasnya berinteraksi secara langsung terhadap lingkungan yang erat kaitannya dengan proses pabrik yang dapat menghasilkan limbah industri, maka dari itu diharapkan perusahaan manufaktur dapat sepenuhnya menjalankan dan berkomitmen serta bertanggung jawab terhadap lingkungan disekitarnya. Salah-satu tindakan yang diharapkan adalah agar perusahaan dapat mengolah sebaik mungkin setiap limbah industri agar tidak menimbulkan kerusakan pada lingkungan serta mengganggu aktivitas masyarakat sekitar. Hal ini dilakukan untuk menjaga kepercayaan masyarakat sehingga, perusahaan dapat terus berkembang dalam jangka panjang dan mempertahankan *going concern* perusahaan.

Perkembangan isu tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia sendiri mendapat perhatian yang cukup besar dimana, banyak perusahaan mulai berantusias untuk mendapatkan keuntungan sendiri bagi perusahaan, meningkatkan citra perusahaan serta menjamin keberlangsungan perusahaan (*profit, people, planet*). Akan tetapi, fakta yang terjadi menunjukkan bahwa kondisi lingkungan di Indonesia saat ini sangat tercemar yang salah-satunya disebabkan oleh aktivitas pabrik.

Dikutip dari (www.suara.com) sebanyak 47 perusahaan dari 11 industri manufaktur di Jakarta terbukti telah mencemari lingkungan. Hal ini disebabkan karena kurangnya tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya. Kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menilai kepatuhan sektor industri manufaktur masih rendah. Pada tahun 2019, jumlah industri yang mendaftar untuk dinilai kepatuhannya relatif rendah. Jumlah industri Manufaktur Prasarana Jasa (MPJ) baru mencapai 597 persen perusahaan atau 29,15 persen dari jumlah industri melalui proper (program penilaian peringkat kinerja perusahaan) bahkan angka ini tidak dapat menyentuh setengah dari total keseluruhan. Perusahaan yang mendaftar dinilai KLHK aspek kepatuhan akan lingkunggan sebanyak 2.045 perusahaan. Dari jumlah tersebut, KLHK mencatat hanya 83 perusahaan yang dapat dikategorikan layak menerima proper hijau keatas. Dan setelah diteliti lebih lanjut hanya 23 perusahaan manufaktur dalam kategori hijau dan satu perusahaan dengan kategori emas (www.menlhk.go.id).

Hasil riset *Centre for Governance, Institutions and Organizations National University of Singapore (NUS) Business School* membuktikan bahwa pada praktiknya Indonesia memiliki tingkat kualitas tanggung jawab sosial atau CSR yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan dari negara tetangga. Riset tersebut menjelaskan bahwa Thailand menjadi negara yang memiliki kualitas implementasi CSR paling tinggi dengan nilai 56,8 dari total 100, Singapura mendapatkan nilai 48,8, Indonesia mendapatkan nilai 48,4 serta Malaysia mendapatkan nilai 47,7 (www.CNN.com).

Penelitian ini menggunakan variabel indipenden Profitabilias, *Leverage* dan ukuran perusahaan. Wallace at al (1994) dalam Arif & Wawo (2016) mengatakan bahwa karakteristik perusahaan dalam konteks pelaporan keuangan dapat diklasifikan menurut struktur dan kinerja perusahaan. Struktur perusahaan dalam penelitian ini dapat dilihat dari ukuran perusahaan, sedangkan untuk kinerja perusahaan dapat dilihat dari *leverage* dan profitabilitas. Ketiga variabel tersebut digunakan karena dianggap mampu mempengaruhi luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan.

Profitabilitas dapat digunakan sebagai salah satu indikator untuk penilaian prestasi perusahaan, dan juga merupakan elemen yang penting dalam penilaian prestasi perusahaan dimasa mendatang, sehingga profitabilitas profitabilitas menjadi satu pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya (Septiana, 2014:19 dalam Rofiqoh & Priyadi, 2016). Penelitian mengenai variabel profitabilitas yang dilakukan oleh Dewi &

Sedana (2019), Arif & Wawo (2016), Ebringa *et al* (2013), Nawaiseh (2015) membuktikan bahwa adanya hubungan positif dan tidak signifikan antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan karena perusahaan lebih berfokus pada laba dan mengesampingkan hal-hal yang dapat menghalangi fokus publik terhadap keberhasilan keuangan perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rofikhoh & Priyadi (2016), Saputra (2016) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan CSR. Hal tersebut membuktikan bahwa tinggi rendahnya profitabilitas sama sekali tidak mempengaruhi perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial mereka.

Leverage merupakan alat yang digunakan untuk mengukur pembiayaan aset perusahaan yang dibiayai oleh kreditur. Perusahaan akan lebih terdorong untuk mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* yang lebih luas apabila memiliki rasio *leverage* yang tinggi, karena bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditur (Hidayat, 2007 dalam Andryani, 2017). Penelitian mengenai variabel *leverage* yang dilakukan Arif & Wawo (2016), Saputra (2016) mendapatkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut dikarenakan semakin tinggi tingkat *leverage* maka semakin besar pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka. Sedangkan penelitian Dewi & Sedana (2019) menyatakan *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR dikarenakan perusahaan dengan *leverage* yang tinggi

akan cenderung melanggar perjanjian kredit. Sehingga, perusahaan akan melaporkan laba lebih tinggi pada saat ini dan akan mempengaruhi pada dana pelaksanaan kegiatan perusahaan salah satunya dana pengungkapan CSR.

Ukuran perusahaan digunakan untuk mengklasifikasikan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan informasi CSR, semakin besar perusahaan maka semakin luas pengungkapan informasi perusahaan yang diperlukan. Semakin besar perusahaan, semakin besar visibilitas politik perusahaan dan semakin mempengaruhi pengawasan umum terhadap kegiatan perusahaan (Dewi & Sedana, 2019). Penelitian mengenai variabel ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR yang dilakukan Giannarakis (2014), Rofikhoh & Priyadi (2016) dan Arif & Wawo (2016) memberikan hasil bahwa adanya pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR. Hal tersebut dikarenakan terdapatnya faktor tuntutan masyarakat kepada perusahaan yang lebih besar dan perusahaan yang lebih besar memiliki sumber daya lebih untuk menghasilkan lebih banyak informasi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2016) mendapatkan hasil yang negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian sebelumnya mengukur pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menggunakan GRI G4 dengan memuat 6 indikator yang didalamnya terdapat 91 item dengan sampel berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Sedana (2019) menggunakan perusahaan sektor industri dan kimia sebagai sampel penelitian. Alasannya adalah bahan baku

utama dan bahan baku subsitusi barang yang dihasilkan oleh perusahaan yang berada pada sektor tersebut. Sisa-sisa pengolahan produk pada sektor industri dan kimia berpotensi besar menyebabkan masalah bagi lingkungan jika tidak dikelola dengan baik. Ruroh & Latifah (2018) menggunakan perusahaan pertambangan sebagai sampel penelitiannya. Salah-satu alasannya adalah bahwa perusahaan pertambangan dapat menyebabkan dampak pasca kegiatan pertambangan yang dilakukan, yaitu dapat merusak lingkungan, pencemaran limbah dari pertambangan dan dampak terhadap masyarakat sekitar perusahaan pertambangan. Sedangkan Yovana & Kadir (2020) menggunakan sampel seluruh perusahaan index LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pada penelitian ini, pengukuran *Corporate Sosial Responsibility* peneliti menggunakan GRI Standards, yaitu standar pelaporan keberlanjutan yang dirancang untuk organisasi dalam melaporkan tentang dampak perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan, dan/ atau masyarakat, dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*. GRI Standards memiliki perbedaan dengan GRI G4 yang telah digunakan beberapa penelitian terdahulu. Perbedaan terletak pada bagian isi. GRI G4 terdiri dari: 58 *General Standar Disclosure*, G4 DMA dan 90 *Spesific Disclosure*, sedangkan pada GRI Standards berisikan 60 *General Disclosure*, 9 *Management Approach*, 82 *Spesific Disclosure*. Dari perbedaan tersebut dapat dilihat bahwa pada GRI Standards lebih banyak indikator yang harus

diungkapkan daripada GRI G4, dan terdapat indikator pada GRI G4 yang direvisi dan dihapus.

Penelitian ini memilih sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Hal tersebut dikarenakan perusahaan manufaktur lebih banyak memberikan pengaruh terhadap lingkungan disekitarnya yang diakibatkan dari aktivitas perusahaan. Tingkat kebutuhan masyarakat terhadap barang yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut menjadi kebutuhan relatif dan tidak berubah meskipun kondisi perekonomian membaik atau memburuk seperti pada masa pandemi saat sekarang ini. Selain itu perusahaan manufaktur berpengaruh terhadap aktivitas-aktivitas sosial perusahaan yang akan menerikan pandangan lebih baik dimata masyarakat, karena hal tersebut perusahaan manufaktur memberikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang lebih luas.

Motivasi dari penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui adanya konsistensi hasil pada penggunaan variabel, pengukuran, sampel, serta periode penelitian yang berbeda, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pengukuran pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* dengan menggunakan GRI Standards, sampel serta periode penelitian. Penelitian ini akan melakukan penelitian selanjutnya yang berjudul **"Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada**

Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan sebelumnya, rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI*?*
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan masalah yang diuraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk menentukan pengaruh:

1. Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI
2. *Leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI
3. Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitian ini adalah untuk:

1. **Peneliti**

   Bagi peneliti bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2. **Objek Penelitian/ Perusahaan**

   Bagi perusahaan memberikan manfaat sebagai sarana evaluasi tingkat kepatuhan dan tambahan pengetahuan mengenai pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pembuatan kebijakan perusahaan terkait dengan tanggung jawab sosialnya.

3. **Akademis**

   Bagi akademis menambah literatur atau bahan acuan bagi penelitian selanjutnya dalam bidang akuntansi, terutama bagi yang ingin mengadakan penelitian lanjutan tentang karakteristik perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa bab, yaitu:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian,

manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: Tinjauan Pustaka

Bab ini berisikan landasan teori, penelitian terdahulu yang mendukung dalam analisis perumusan masalah sehingga dapat dikembangkan kerangka pemikiran sebagai dasar dalam pembentukan hipotesis.

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, serta teknik analisis data.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisikan tentang uraian hasil analisis yang telah dilakukan dan pembahasan hasil pengujian hipotesis tekait dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

BAB V: Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian serta saran bagi penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian dimasa akan datang.

BAB II
KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Teori

A. *Agency Theory*

Agency Theory mendasarkan hubungan kontrak antar anggota-anggota dalam perusahaan, dimana principal dan agen sebagai pelaku utama. Principal (pemegang saham) merupakan pihak yang memberikan mandat kepada agen untuk bertindak atas nama principal, sedangkan agen (manajemen) merupakan pihak yang diberi amanat oleh principal untuk menjalankan perusahaan. Agen berkewajiban untuk mempertanggung jawabkan apa yang telah diamanahkan oleh principal kepadanya.

Teori agensi menjelaskan hubungan antara principal dan agen. Praktik CSR dan pengungkapannya dikaitkan dengan *Agency Theory*. Pengungkapan CSR merupakan salah satu komitmen manajemen untuk meningkatkan kinerja perusahaan terutama dalam kinerja sosial. Dengan demikian, manajemen akan mendapatkan penilaian positif dari *stakeholder*. Teori keagenan menunjukkan bahwa kondisi informasi yang tidak lengkap dan penuh ketidakpastian akan memunculkan masalah keagenan. Dalam kondisi tersebut, pemilik perlu menunjuk pihak lain (agen) yang profesional untuk melaksanakan tugas mengelola kegiatan perusahaan yang lebih baik.

Teori agensi menyatakan bahwa jika perusahaan semakin besar, maka biaya keganenan yang dikeluarkan juga semakin besar. Untuk

mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas. Secara teoritis perusahaan besar tidak lepas dari tekanan, dan perusahaan yang besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas. Rofiqkoh & Priyadi (2016) menyatakan, dalam hubungan agensi, terdapat faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu biaya pengawasan dan biaya kontrak. Perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan pengawasan yang rendah akan cenderung melaporkan laba lebih rendah atau akan mengeluarkan biaya untuk kepentingan manajemen, yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan agar meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat.

Teori agensi memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan mengungkapakan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Perusahaan dengan *leverage* yang tinggi berkewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas. Maka dari itu, kreditor akan meyakinkan bahwa perusahaan tersebut akan memenuhi kewajibannya saat jatuh tempo serta perusahaan akan berusaha memberikan informasi yang luas mengenai kondisi perusahaan. Perusahaan menyediakan informasi secara lebih komprehensif akan membutuhkan biaya yang lebih tinggi, dengan

demikian perusahaan dengan *leverage* tinggi akan menyediakan informasi yang lebih lengkap.

Teori agensi jika dihubungkan dengan ukuran perusahaan adalah perusahaan yang tumbuh memiliki anggaran keagenan cukup besar untuk membongkar informasi penting dalam menekankan anggaran keagenan. Anggaran yang dikeluarkan tersebut akan berdampak kepada kebijakan manajemen dalam mengungkapkan informasi secara luas mengenai aspek sosial dan lingkungan.

B. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat diartikan sebagai usaha dari perusahaan untuk menaikkan citranya dimata publik dengan membuat program-program amal baik yang eksternal maupun internal. Program eksternal dengan menjalankan kemitraan (*partnership*) dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) untuk menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Sedangkan secara internal mampu berproduksi dengan baik, mencapai profit yang maksimal dan mensejahterakan karyawannya.

Menurut Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 1 Angka 3, CSR merupakan komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Menurut versi *the word bussiness council for sustainable development (WBCSD) in fox, World Bank (2002)* CSR atau tanggung jawab social perusahaan merupakan komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, dan masyarkat setempat (lokal) dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. Peningkatan kualitas kehidupan memiliki arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota masyarakat untuk menanggapi keadaan sosial yang ada dan dapat menikmati serta memanfaatkan lingkungan hidup termasuk perubahan-perubahan yang ada sekaligus memeliharanya.

Corporate Social Responsibility merupakan sebagai komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki mutu angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan. CSR menjadikan perusahaan tidak lagi berpatokan pada *single bottom line,* tetapi mengacu pada *tripple bottom lines.* Konsep *tripple bottom line* menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki tiga elemen penting, yaitu:

a) Perusahaan bertanggung jawab terhadap *profit* untuk meningkatkan pendapatan perusahaan.
b) Perusahaan bertanggung jawab terhadap *people* untuk memberikan kesejahteraan bagi masyarakat dan karyawan.

c) Perusahaan bertanggung jawab terhadap *planet* untuk menjaga kelestarian lingkungan di sekitar perusahaan beroperasi.

Corporate Social Responsibility memiliki prinsip-prinsip utama yang menjelaskan implementasi konsep CSR berpengaruh pada perusahaan dan komsumen, yaitu:

1) *Akuntabilitas*; sikap perusahaan untuk berani bertanggung jawab atas tindakan, keputusan, kebijakan yang ditetapkan oleh perusahaan. Akuntabilitas pelaksanaan yang etis dan bertanggung jawab dalam menjalankan bisnis. Melalui akuntabilias perusahaan dapat memiliki nilai kepercayaan dari masyarakat
2) *Transparansi*; sikap perusahaan untuk berani membuka dan mengkomunikasikan informasi bisnisnya kepada konsumen dan karyawan. Jika perusahaan terbuka pada kebijakan dan informasinya, maka konsumen dan karyawan dapat mengetahu apa yang sedang dilakukan perusahaan dan akan mempermudah komunikasi antara perusahaan dengan konsumen.
3) *Sustainbility*; penekanan pada strategis bisnis untuk selalu mengembangakan produk dan keseluruhan perusahaan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, masyarakat dan ekonomi karena keputusan dan kegiatan operasional perusahaan. Keberlanjutan bertujuan untuk membuat sebuah perusahaan berusa untuk meningkatkan kinerja dan keuntungan dari bisnisnya sekaligus mengurangi dampak-dampak yang tidak diinginkan akibat aktivitas

perusahaan. Keberlanjutan merupakan prinsip CSR yang paling penting karena akan berpengaruh pada pengembangan. Pengembangan tersebut, baik pengembangan produk atau jasa perusahaan, harus memastikan bahwa kebutuhan saat sekarang dapat dipastikan tanpa membahayakan atau mengganggu persediaan yang tersedia di masa depan.

Salehi (2019) menjelaskan ada enam kasus yang berisi informasi rinci tentang CSR terhadap lingkungan, produk, sumber daya manusia, pelanggan, dan masyarakat.

1) CSR terhadap lingkungan; memberikan informasi yang menunjukkan bahwa operasi bersih dan sesuai dengan undang-undang dan peraturan pencemaran, memberikan informasi tentang pengurangan pencemaran dari operasi, pengendalian pencemaran-udara, air, tanah- pelestarian sumber daya alam dan pencegahan atau pengelolahan limbah dan penggunakan kembali bahan limbah seperti kaca, plastik, dll, dan mendukung kegiatan kelompok lingkungan dan keanggotaan dalam badan atau organisasi lingkungan strategi dan kebijakan lingkungan (Kansal et, al, 2014; Hanifa & Cooke, 2005).
2) CSR terhadap produk dan penyediaan layanan; termasuk memberikan informasi tentang perkembangan yang terkait dengan produk perusahaan, termasuk pengemasan dan pembuatan wadah yang dapat digunakan kembali, penelitian dan pengembangan produk dan keunggulannya, menerima penghargaan atas kualitas produk dan

menigkatkan nilainya, mengungkapkan metode dan layanan kesehatan yang ditingkatkan dalam persiapan produk dan memberikan informasi tentang keamanan dan kesehatan produk (Kansal et al, 2014; Muttakin & khan, 2014).

3) CSR terhadap sumber daya manusia; tanggung jawab perusahaan atas sumber daya manusia meliputi pengungkapan persentase atau jumlah karyawan yang bekerja pada berbagai tingkatan, pengumpulan informasi tentang kemampuan staf keuangan, komunikasi dengan karyawan untuk meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja, pinjaman dan tunjangan lain yang dapat dibayarkan, non-diskriminasi dalam pekerjaan, program pendidikan untuk mengembangkan karyawan, tingkat keterampilan dan kualitas, ukuran mengenai keselamatan dan kesehatan fisik dan mental karyawan, menyediakan fasilitas olahraga dan kesejahteraan termasuk dana kesejahteraan karyawan (Kansal et,al 2014; Hanifa dan Cooke, 2005). Orang-orang memasuki organisasi dengan kebutuhan keterampilan dan harapan ingin bekerja dilingkungan dimana mereka dapat menggunakan kemampuan mereka untuk memenuhi kebutuhan mereka. Jika organisasi menciptakan peluang seperti itu untuk karyawannya maka tingkat komitmen organisasi akan meningkat (Vakola & Nikolaou, 2005)
4) CSR terhadap pelanggan: mencakup perhatian pada hak klien untuk meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan. Sejumlah penelitian menunjukkan pasar yang besar dan terus berkembang produk dan

layanan yang diciptakan melalui perusahaan dengan tanggung jawab sosial yang tinggi (Sandhu & Kapoor, 2010). Menurut Chunfang (2009), dalam literatur tanggung jawab sosial, organisasi yang terlibat dengan fenomena ini dapat memperoleh pelanggan, komentar positif tentang evaluasi pemilihan merek yang tawarkan kepada orang lain serta mendapatkan sikap dan citra yang baik tentang organisasi atau bahkan dapatkan kepuasan gaji tambahan. Hak klien yang dipertimbangkan dalam penelitian ini dapat berupa; memenuhi kebutuhan pelanggan, keamanan pelanggan, kepuasan pelanggan dan penyediaan fasilitas layanan purna jual.

5) CSR terhadap masyarakat: masalah yang terkait dengan partisipasi dalam kegiatan sosial termasuk investasi sosial seperti memberikan kesempatan magang bagi siswa dan mentransfer pengalaman dan pengetahuan kepada mereka serta memberikan beasiswa kepada siswa berbakat yang membutuhkan, mendukung atau membantu masyarakat dengan hibah, pemberian hibah kepada lembaga amal dan rehabilitasi, mendukung industri lokal, kemitraan perusahaan dalam sumbangan amal dan mendorong karyawan untuk berpartisipasi di dalamya, memberikan hibah kepada pusat penelitian dan proyek pembiayaan yang berkaitan dengan kesehatan masyarakat, sebagai tujuan sosial, kebijakan, dan misi perusahaan (Kansal et,al 2014; Hanifa & Cooke, 2005).

6) CSR terhadap energi: penggunaan energi atau informasi hemat energi secara efisien, penelitian untuk mendorong efisiensi energi, menerima penghargaan atau penalti terkait dengan komsumsi energi, kebijakan mengenai penggunaan yang efisien dan pengurangan komsumsi energi serta penggunaan sumber baru atau semua contoh pengungkapan terkait energi (Kansal et,al, 2014)

C. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan informasi yang telah dikeluarkan untuk pihak-pihak yang berkepentingan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan agar suatu perusahaan dapat memberikan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat yang dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu.

Menurut Septiana (2014) yang menginterprestasi lebih luas, pengungkapan terkait dengan informasi yang baik yang terdapat dalam laporan keuangan maupun komunikasi tambahan yang terdiri dari catatan kaki, informasi tentang kejadian setelah tanggal laporan, analisis manajemen atas operasi perusahaan dimasa datang, perkiraan keuangan operasi serta informasi lainnnya.

Didalam praktiknya, berbagai perusahaan dinilai memiliki motif dan alasan tersendiri dalam melakukan pelaporan atau pengungkapan tanggung jawab sosial. Menurut Wicaksono (2007) menyatakan bahwa hal-hal yang menjadi alasan perusahaan melakukan pengungkapan CSR, alasan-alasan tersebut diantaranya yaitu:

1. *Values drive approach* (bersifat demonstratif)
2. *Regulation driven* (bersifat comply, keinginan untuk menepati standar)
3. *Business case/ reputations driven* (bersifat proteksi/membangun reputasi)
4. *Stakeholder/ trust driven* (membangun reputasi)
5. *Competition peer driven* (keinginan untuk tampil beda)

D. Profitabilitas

Profitabiltas merupakan suatu angka yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan aset, dan modal saham tertentu. Profitabilitas dapat digunakan sebagai salah satu indikator dalam penilaian prestasi perusahaan, selain itu juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan dimasa yang akan datang sehingga profitabilitas menjadi salah satu pertimbangan penting bagi investor keputusan investasinya (Septiana, 2014).

Penilaian prestasi suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan itu untuk menghasilkan laba. Laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya, juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Apabila perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi atau perusahaan memiliki kemampuan untuk menghasilkan laba dengan baik, maka hal itu akan dapat menarik minat para investor untuk menanamkan dananya pada perusahaan tersebut untuk memperbesar usahanya, dan

sebaliknya jika tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya kembali dikarenakan investor ragu akan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba untuknya. Profitabilitas bagi perusahaan itu sendiri dapat digunakan sebagai acuan atau evaluasi atas efektivitasnya pengelolaan badan usaha tersebut.

Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, terdapat beberapa rasio profitabilitas yang dapat digunakan antara lain;

1. *Net Profit Margin* (NPM)

   Net Profit Margin merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur persentase laba bersih atas penjualan bersih (Kasmir, 2016:201). Secara sederhana margin laba bersih dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Net\ Profit\ Margin = \frac{Laba\ Setelah\ Pajak}{Penjualam} x\ 100\%$$

2. *Return On Equity* (ROE)

   Menurut Kasmir (2016:205) Hasil pengembalian ekuitas atau *Return On Equity* (ROE) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Secara sederhana ROE dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Return\ On\ Equity = \frac{Laba\ bersih}{Total\ Ekuitas} x\ 100\%$$

3. *Return On Asset* (ROA)

Return On Asset (ROA) merupakan rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aset yang dimiliki perusahaan. (Kasmir, 2016:201). Secara sederhana ROA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Return\ On\ Asset = \frac{Laba\ bersih}{Total\ Aset}\ x\ 100\%$$

Penelitian ini alat ukur profitabilitas yang digunakan adalah *Return On Asset* (ROA). ROA merupakan suatu indikator yang mencerminkan performa keuangan perusahaan, semakin tinggi nilai ROA yang mampu diraih oleh perusahaan maka performa keuangan perusahaan dikategorikan baik, semakin baik pengelolaan aset suatu perusahaan dan semakin besar juga laba yang dihasilkan.

E. *Leverage*

Menurut Sartono (2013:257) *leverage* adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. *Leverage* adalah suatu tingkat kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan kekayaan perusahaan.

Penggunaan *leverage* dapat menimbulkan beban dan resiko bagi perusahaan, apalagi jika keadaan perusahaan sedang memburuk. Disamping itu perusahaan harus membayar beban bunga yang semakin

membesar, kemungkinan perusahaan mendapat penalti dari pihak ketiga pun bisa terjadi.

Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang tinggi akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas (Hidayat, 2007 dalam andreas, 2009). Alasannya adalah perusahaan yang tinggi *debt ratio*nya akan lebih mengungkapkan informasi secara lebih luas untuk memenuhi kebutuhan informasi secara luas untuk memenuhi kebutuhan informasi krediturnya dan meningkatkan kepercayaan para krediturnya.

Berikut terdapat jenis-jenis rasio *leverage* yang dapat digunakan:

1. *Debt to Asset Ratio* (DAR)

   Debt to Asset Ratio adalah rasio yang berguna untuk mengukur jumlah perbandingan dari total hutang dengan total asset. Dengan rasio ini, dapat melihat seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh hutang, atau seberapa besar pengaruh utang di perusahaan terhadap pembiayaan aset (Hery, 2015:195). Jika rasio ini mengalami penurunan, maka kinerja perusahaan dapat dikatakan semakin meningkat dengan berkurangnya total hutang dalam pendanaan aktiva. Rasio DAR ini dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\textit{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Aktiva}}$$

2. *Debt to Equity Ratio* (DER)

   Debt to Equity Ratio adalah rasio yang digunakan untuk mengukur jumlah atau besarnya proporsi dari hutang terhadap modal (Hery, 2015:196). Rasio ini juga digunakan untuk mengetahui jumlah

perbandingan antara jumlah dana yang disediakan oleh kreditur dengan jumlah dana yang diberasal dari pemilik perusahaan. Jika *Debt to Equity Ratio* ini mengalami kenaikan, hal ini menunjukkan bahwa kecilnya jumlah modal pemilik yang dapat dijadikan jaminan sebagai hutang. Rasio DER ini dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\textit{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3. *Long Term Debt to Equity Ratio* (LTDER)

Long Term Debt to Equity Ratio adalah ratio antara utang jangka panjag dengan modal sendiri. Rasio berguna untuk mengukur besarnya modal internal yang dapat dijadikan jaminan utang jangka panjang pada perusahaan. Rasio ini diukur dengan menggunakan rumus :

$$\textit{Long Term Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Utang jangka panjang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

4. Term Interest Earned Ratio

Time Interest Earned Ratio adalah rasio yang menunjukkan sejauh mana kemampuan perusahaan dalam membayar bunga. Kemampuan perusahaan diukur dengan jumlah laba sebelum bunga dan pajak. Jika perusahaan tidak mampu dalam membayar bunga, sehingga dalam jangka panjang mengakibatkan berkurangnya kepercayaan kreditur terhadap perusahaan yang bersangkutan. Pada rasio ini, semakin tinggi *Term Interest Earned Ratio,* maka semakin besar perusahaan mampu dalam membiayai bunga pinjamannya

kepada kreditor. Dalam menghitung atau mencari rasio Term Interest Earned Ratio maka digunakan rumus :

$$\textit{Time Interest Earned Ratio} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Biaya Bunga}}$$

Penelitian ini alat ukur *Leverage* yang digunakan adalah *Debt Equity Ratio* (DER). Rasio tersebut akan memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga akan dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya hutang. Semakin besar persentase DER suatu perusahaan maka akan menunjukkan komposisi hutang lebih besar dibandingkan total modal sendiri.

F. Ukuran Perusahaan

Brigham & Houston (2005) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Ukuran perusahaan merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan.

Penentuan ukuran perusahaan bisa dilakukan dengan menggunakan nilai meliputi jumlah keseluruhan aset, laba,modal, penjualan dan lain sebagainya, dimana berbagai nilai tersebut bisa menjadi penentu ukuran perusahaan apakah termasuk perusahaan kecil, menengah atau perusahaan besar.

Penelitian ini menggunakan *log natural* total aset, jumlah aset dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah jumlah aset yang sesungguhnya. Logaritma natural dari total

aktiva dilakukan untuk mentransformasikan data total aktiva sampel perusahaan yang sangat beragam.

Ukuran perusahaan = *Logaritma Natural* Total Aset

Aset merupakan sumber daya atau kekayaan perusahaan. Dimana semakin besar aset, maka perusahaan bisa berinvestasi dengan baik dan permintaan produk terpenuhi. Sehingga pangsa pasar yang dicapai akan semakin luas dan memberikan pengaruh pada profitabilitas dari perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Pada literatur akuntansi penelitian terkait pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah dilakukan dibeberapa negara dengan menguji berbagai faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR). Di Indonesia penelitian pengungkapan CSR sebagian besar dominan pada faktor profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan.

Pada penelitian Ebringa et.al (2013) tentang pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap sejauh mana pengungkapan sosial perusahaan oleh perusahaan Minyak dan Gas di Nigeria. Sampel dalam penelitian ini adalah 20 perusahaan yang dikutip dan dipilih dengan menggunakan teknik pengambilan sampel acak sederhana. Data sekunder diambil dari analisis isi dari laporan keuangan yang diaudit dari perusahaan yang dipilih untuk tahun buku 2011. Analisis data yang

digunakan untuk penelitian ini adalah teknik regresi kuadrat terkecil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi negatif yang tidak signifikan antara pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan. Profitabilitas secara signifikan berhubungan positif dengan pengungkapan CSR perusahaan.

Penelitian Giannaraskis, G (2014) menguji tentang hubungan antara tata kelola perusahaan dan karakteristik keuangan dan sejauh mana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Amerika Serikat. Tata kelola perusahaan dan karakteristik keuangan ini adalah rapat dewan, usia rata-rata anggota dewan, kehadiran wanita di dewan, ukuran dewan, dualitas *chief executive offocer, leverage* keuangan, profitabilitas, ukuran perusahaan, komposisi dewan dan komitmen dewan terhadap CSR.sampel penelitian terdiri 100 perusahaan dari daftar fortune 500 untuk tahun 2011. Skor pengungkapan lingkungan, sosial dan tata kelola yang dihitung oleh Bloomberg digunakan sebagai proksi untuk tingkat pengungkapan CSR. Regresi linier berganda dimasukkan untuk menyelidiki hubungan karakteristik perusahaan dengan pengungkapan CSR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, komitmen dewan terhadap CSR dan profitabilitas ditemukan berhubungan positif dengan tingkat pengungkapan CSR, sedangkan *leverage* keuangan berhubungan negatif dengan tingkat pengungkapan CSR.

Nawaiseh (2015) menguji dampak ukuran perusahaan dan kinerja keuangan pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dari

prespektif dimensi karyawan dan lingkungan dengan mengacu pada frekuensi pengungkapan dan kualitas dimensi ini di antara perusahaan pemegang saham publik industri Yordania; apakah ada dampak ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset, ROA, ROE, dan *leverage* terhadap tingkap pengungkapan tanggung jawab perusahaan terhadap dimensi karyawan ($CSRD_1$) dan dimensi kegiatan lingkungan ($CSRD_2$) di perusahaan industri publik Yordania. Analisis penelitian didasarkan pada konten yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan untuk tahun 2013. Hasil penelitian menemukan bukti kuat untuk menerima pengaruh signifikan positif dari ukuran perusahaan pada kedua jenis dimensi CSRD; karyawan dan lingkungan. Ditemukan pengaruh signifikan negatif dari *leverage* pada CSRD baik dimensi karyawan maupun lingkungan. Namun, penelitian menunjukkan pengaruh signifikan positif dari kinerja operasi yang diukur dengan *return on asset* (ROA) untuk sampel CSRD terhadap karyawan saja. Pengaruh terhadap CSRD dimensi lingkungan adalah positif dan tidak signifikan. Pengaruh ROE berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap CSRD dimensi karyawan. Hasilnya menunjukkan pengaruh positif tidak signifikan ROE terhadap CSRD dimensi lingkungan.

Saputra (2016) tentang pengaruh *leverage*, profitabilitas dan *size* terhadap jumlah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini menggunakan beberapa perusahaan *higt profile* di Bursa Efek Indonesia. Periode penelitian yang digunakan dari tahun 2010 sampai

2014. Variabel penelitian ini adalah *leverage* yang diukur dengan *debt equity rati*o, profitabilitas diukur dengan menggunakan *return on assets* dan *size* yang diukur dengan LN total aset. Proses pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan regresi panel yang diolah dengan menggunakan Eviews. Hasil yang ditemukan bahwa *leverage* dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibilty* pada perusahaan *higt profile* di bursa efek indonesia sedangkan *size* tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan *high profile* di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian Rofiqkoh & Priyadi (2016) menguji tentang pengaruh profitbilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan, sedangkan variabel dependennya yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan tahunan. Populasi dalam penelitian adalah seluruh sektor perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2014. Dalam penelitian ini ditetapkan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu memilih sampel berdsarkan kriteria tertentu sesuai dengan yang dikehendaki oleh peneliti. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 52 perusahaan dengan pengamatan selama 3 tahun sehingga terpilih sebayaj 156 obyek

pengamatan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diukur dengan menggunakan ROA sedangkan *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diukur menggunakan DER dan Log Natural.

Andriany *et.al* (2017) tentang pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan pengungkapan media terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* studi pada perusahaan BUMN Indonesia tahun 2014-2015. Pada laporan keberlanjutan dan laporan tahunan yang dipublikasikan melalui *website* perusahaan. Berdasarkan pengumpulan sampel menggunakan *purposive sampling* yang didapatkan jumlah sampel dari penelitian ini sebanyak 17 perusahaan BUMN indonesia. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan *software Eviews versi 7,* secara simultan variabel independen yang terdiri dari ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan pengungkapan media memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pengujian secara parsial menunjukkan hasil bahwa *leverage* memiliki pengaruh signifikan kearah positif, sedangkan ukuran perusahaan, profitabilitas dan pengungkapan media tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Salehi *et.al* (2018) mempunyai dua tujuan dalam penelitian.; pertama, untuk mengetahui hubungan antara beberapa kerakteristik perusahaan termasuk ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, umur perusahaan dan jenis industri dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Taheran (TSE); dan kedua, untuk mempelajari hubungan antara tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSRD) dan beberapa variabel audit seperti biaya audit, masa kerja audit dan perusahaan audit. Populasi penelitian terdiri dari 125 perusahaan yang terdaftar di TSE selaam 2010-2015. Analisis yang digunaan untuk mengukur tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial, dan hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda dan software R.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan positif antara ukuran perusahaan dan umur perusahaan dengan tingkat CSRD. Namun terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *financial leverage* dan profitabilitas dengan tingkat CSRD. Mengingat CSRD berbeda di antara berbagai industri dan jenis industri dapat menjadi faktor yang berpengaruh dalam CSRD. Selain itu, peneliti menemukan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara biaya audit dan CSRD. Hal tersebut menyiratkan bahwa manajer iran dalam ekonomi inflasi mungkin mengelola pendapatan ketika mereka memberikan lebih banyak CSRD, yang mengarah pada peningkatan resiko audit dan biaya audit.

Ruroh & Latifah (2018) menguji tentang pengaruh profitabilitas, *leverage, size* dan minimalisasi risiko terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2015-2016. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yang dipilih dengan kriteria yang ditentukan dan diperoleh sampel sebanyak 19 perusahaan. Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu laporan tahunan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2015-2016. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dan menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*, pengaruh *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*, *size* berpengaruh *Corporate Social Responsibility* dan minimalisasi risiko berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Dewi & Sedana (2019) tantang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor industri dasar kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017. Sampel penelitian yaitu 38 perusahaan dengan metode *nonprobability sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan mengamati laporan keuangan dan laporan tahunan yang dipublikasikan oleh perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

pengungkapan CSR, *leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian Yovana & Kadir (2020) menguji secara empiris pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Populasi penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam indeks LQ45 yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017. Data yang digunakan adalah laporan keuangan, laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang dipublikasikan di http://www.idx.co.id dan website perusahaan. Jumlah populasi sebanyak 45 perusahaan. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dan diperoleh 12 perusahaan yang memenuhi kriteria. Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Fahad P & Nidhess KB (2020) menguji empiris pada karakteristik perusahaan yang menentukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan subkategorinya seperti pengungkapan lingkungan

sosial dan tata kelola. Sampel pada penelitian adalah perusahaan yang terdaftar di Indesks BSE 500 untuk periode 10 tahun dari 2007 hingga 2016. Metode regresi data panel digunakan untuk analisis. Tujuh variabel yang dianalisis yaitu usia perusahaan, *leverage*, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, kepemilikan promotor, kinerja ekspor, inovasi dan popularitas perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa umur perusahaan dan leverage berpengaruh positif terhadap CSR, skor pengungkapan lingkungan dan sosial tetapi keduanya berpengaruh negatif terhadap skor tata kelola. Ukuran perusahaan berhubungan positif dengan keempat skor pengungkapan. Diantara variabel kepemilikan, kepemilikan asing berpengaruh positif dan kepemilikan promotor berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, lingkungan dan sosial. Tidak ada hubungan yang ditemukan antara kedua variabel kepemilikan dan skor pengungkapan tata kelola. Analisis lebih lanjut juga menemukan bahwa ada perbedaan dalam hubungan ini selama periode krisis.

Tabel 2.1
Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian
1	O.T Ebringa, Emeh, E.E. Chingbu Dan Obi (2013) – *British Journal Of Economics; Manajemen And Trade, 3 (4): 563-574*	*Effect Of Firm Size And Profitability On Corporate Social Disclosure: The Nigerian Oil And Gas Sector In Focus.*
2	Giannarakis, G (2014) – *Social Responsibility Journal*, Vol, 10 No. 4, pp, 569-590.	*"Corporate Governance and financial characteristic effect on the extent of Social Responsibility disclosure"*

3	Mohammad Ebramim Nawaiseh (2015) – *American Journal of Applied Sciences. Department of Accounting al-Zaytoonah University of Jordan, Jordan*	*Do Firm Size and Financial Performance Affect Corporate Social Responsibility Disclosure: Employees' and Environmental Dimensions*
4	Syailendra Eka Saputra (2016) – *Journal Of Economic Andd Economic Education* Vol.5 No.1 (75-89)	Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas Dan *Size* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia
5	Esti Rofiqkoh & Maswar Patuh Priyadi (2016) – Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi:Volume 5, Nomor 10, Oktober 2016.	Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
6	Diny Andriany, Willy Sri Yuliandri,& Djusnimar Zultrilisna (2017) Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom– E-proceeding of Management ; Vol4, No.3 Desember 2017.	*"The Effect Of Company Size, Profitability, Leverage, and Media Disclosure In Corporate Social Responsibility Disclousure"*
7	Mahdi Salehi, Hossein Tarighi and Malihe Rezanezhad (2018) – *Journal of Asian Business and Economic Studies Vol. 26 No. 1, 2019 pp. 34-55 Emerald Publishing Limited 2515-964X*	*"Empirical Studi on the effective factors of social responsibility disclosure of iranian companies"*
8	Putu Ayu Cahya Dewi & Ida Bagus Panji Sedana. (2019)_.. E-Journal Manajemen, Vol.8, No.11, 2019: 6618-663	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
9	Ivon Nurmas Ruroh Dan Sri Wahyuni Latifah (2018) – Jurnal Akademi Akuntansi, Volume 1 No.1	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan *Risk Minimization* Terhadap Pengungkaan *Corporate Social Responsibility* (Studi empiris pada perusahaan pertambangan yag terdaftar di BEI periode 2015-2016)
10	Dina Gledis Yovana dan Abdul Kadir. (2020) – Jurnal Manajemen & Akuntansi, Volume 21, Nomor 1	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.3 Pengembangan Hipotesis

1. **Pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.**

   Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan dan persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba serta merupakan salah satu aspek yang penting sebagai pertimbangan investor atau pemilik dalam menilai kinerja perusahaan.

   Penelitian Yanti & Budiasih (2016) membuktikan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, semakin tinggi tingkat profitabilitas maka perusahaan mampu meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan dan akan mengungkapkannya lebih luas. Penelitian Efendi & Hapsari (2015), Latifah & Ruroh (2018), serta Salehi, et al (2018) membuktikan hasil yang sama yaitu profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.

   Semakin tinggi profitabilitas maka perusahaan akan lebih cenderung memiliki kemampuan ekonomi dalam mengungkapkan informasi CSR, hal tersebut dikarenakan profitabilitas merupakan suatu indikator yang sehat dalam mendorong perusahaan untuk mengungkapkan lebih banyak item dalam laporan keuangannya. Besarnya rasio profitabilitas pada perusahaan, akan mencerminkan bahwa perusahaan tersebut akan mampu untuk menghasilkan laba yang tinggi sehingga akan

memiliki dana yang cukup dalam melakukan tanggung jawab sosial perusahaan. *Return on asset* merupakan rasio untuk mengukur seberapa efisien suatu perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menghasilkan keuntungan selama suatu periode. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility.*

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

Tingkat *leverage* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban yang lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi krediturnya termasuk pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

Penelitian Dewi & Sedana (2019) membuktikan hasil bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dikarenakan perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi akan cenderung melakukan pelanggaran perjanjian kredit sehingga perusahaan akan melaporkan laba lebih tinggi pada saat ini dan akan berpengaruh pada dana pelaksanaan kegiatan perusahaan yang salah satunya dana pengungkapan CSR. Sedangkan Penelitian Rofikoh & Priyadi (2016) membuktikan hasil bahwa *leverage* berpengaruh positif

signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan, semakin tinggi *leverage* maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, hal tersebut menunjukkan bahwa resiko *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang.

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. *Leverage* keuangan suatu perusahaan diharapkan berkorelasi dengan tingkat CSRD-nya, perusahaan dengan *leverage* yang lebih rendah mungkin menghadapi sedikit tekanan dari kreditornya, jika perusahaan cenderung menurunkan biaya CSRD, hal tersebut akan mengungkapkan item minimum yang disyaratkan untuk memenuhi persyaratan hukum serta untuk menghindari klaim pemangku kepentingan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis kedua sebagai berikut:

H2 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility.*

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility.*

Ukuran perusahaan memberikan informasi yang positif terhadap investor, perusahaan yang berukuran besar akan mempunyai kinerja yang

lebih baik, sehingga akan menyajikan pengungkapan CSR yang lebih luas juga dan akan mengurangi ketidakpastian investor terhadap prospek perusahaan pada masa yang akan datang.

Yanti & Budiasih (2016) membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan CSR, semakin besar ukuran perusahaan maka kebijakan pengungkapan CSR akan semakin meluas. Penelitian Andriany et. al (2016) dan Dewi & Sedana (2019) juga membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan besar akan melakukan pengungkapan CSR karena perusahaan besar menjadi perhatian bagi masyarakat maupun pemegang saham.

Muttakin & khan (2014) menyatakan bahwa Perusahaan besar memiliki kepentingan khusus terhadap kelompok yang berbeda dalam masyarakat, dan perusahaan besar juga berada dibawah tekanan lebih besar pula dalam mengungkapkan CSR untuk melegitimasi aktivitas perusahaan. Maka dari itu ada hubungan positif yang signifikan antara pengungkapan CSR dengan ukuran perusahaan. Dengan demikian, perusahaan besar akan mengungkapkan lebih banyak tanggung jawab sosial perusahaan karena *stakeholder* lebih memperhatikan perusahaan yang lebih besar juga. Perusahaan tersebut tidak hanya mendapatkan tekanan yang lebih besar untuk memberikan tanggung jawab sosial, tetapi juga memiliki banyak pemangku kepentingan yang peduli dengan program sosial perusahaan. Selain itu, perusahaan dengan visibilitas yang lebih

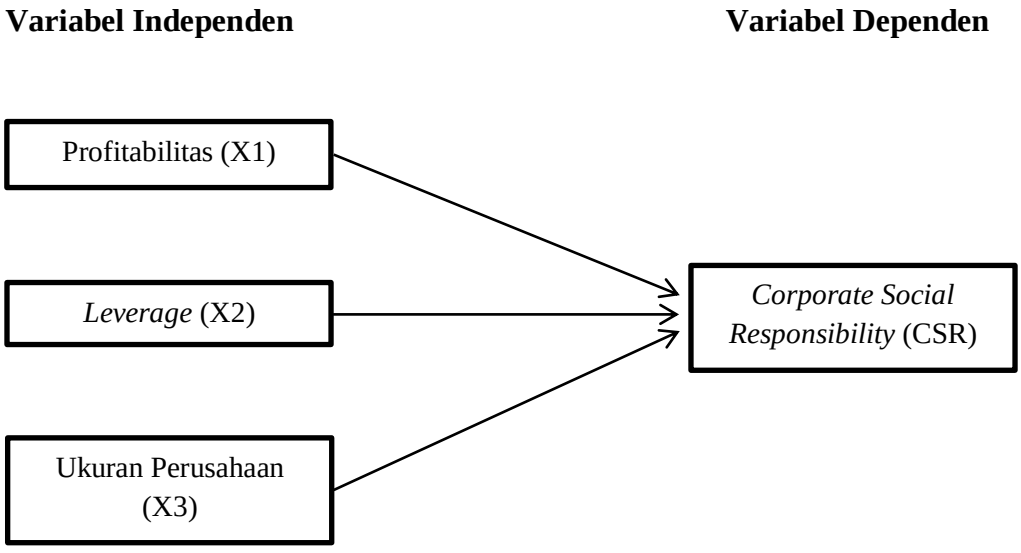
tinggi cenderung melaporkan lebih banyak informasi untuk meningkatkan citra perusahaan, sehingga perusahaan tersebut akan berupaya untuk meningkatkan kegiatan tanggung jawab sosialnya serta mengungkapkannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility.*

2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian dari pengembangan hipotesis diatas, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui kerangka konspetual sebagai berikut:

Gambar 2.1
Skema Kerangka Konseptual



BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari temuan penelitian yang telah dilakukan melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis data, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Profitabilitas yang diukur menggunakan *Return On Asset* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 sampai tahun 2020.
2. *Leverage* yang diukur menggunakan *Debt Equity Ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 sampai tahun 2020.
3. Ukuran perusahaan yang diukur dengan *Logaritma Natural* dari total aset berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 sampai tahun 2020.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan maka dapat diberikan saran :

1. Bagi Investor

   Diharapkan bagi investor sebelum menginvestasikan dananya ke suatu perusahaan, sebaiknya investor mepertimbangkan terlebih dahulu mengenai laporan keberlanjutan yang diungkapkan oleh perusahaan

sebagai salah satu penilaian investor sebelum berinvestasi. Dengan adanya laporan keberlanjutan, investor dapat menilai suatu perusahaan yang tidak hanya baik dalam kinerja keuangannya saja tetapi juga menilai perhatian perusahaan terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lainnya yang dianggap mampu untuk mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).