



**PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN, UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE*, DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2018)**

Rahima Tanjung<sup>1</sup>, Jihen Ginting<sup>2</sup>

Universitas Negeri Medan<sup>1</sup>, Universitas Negeri Medan<sup>2</sup>

[rahima.tanjung@wbi.ac.id](mailto:rahima.tanjung@wbi.ac.id)<sup>1</sup>, [jihenginting57@gmail.com](mailto:jihenginting57@gmail.com)<sup>2</sup>

**Abstrak** : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2018). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2018 sebanyak 168 perusahaan. Sampel penelitian sebanyak 60 perusahaan dengan metode *purposive sampling*, dengan jenis penelitian kuantitatif. Data yang digunakan merupakan data sekunder yaitu laporan tahunan yang diperoleh dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis menggunakan uji T dan uji F. Hasil penelitian secara parsial ditemukan bahwa kepemilikan manajerial dengan nilai |t hitung| -1,162 < 2,00488 |t tabel| sedangkan nilai signifikansi 0,250 > 0,05 sehingga tidak terdapat pengaruh, kepemilikan institusional dengan nilai |t hitung| sebesar 0,692 < 2,00488 pada |t tabel| sedangkan nilai signifikansi 0,492 > 0,05 sehingga tidak terdapat pengaruh, ukuran perusahaan dengan nilai |t hitung| sebesar 3,651 > 2,00488 pada |t tabel| sedangkan nilai signifikansi 0,001 < 0,05 sehingga terdapat pengaruh, *leverage* dengan nilai |t hitung| sebesar -0,228 < 2,00488 pada |t tabel| sedangkan nilai signifikansi 0,821 > 0,05 sehingga tidak terdapat pengaruh, dan profitabilitas dengan nilai |t hitung| sebesar 0,890 < 2,00488 pada |t tabel| sedangkan nilai signifikansi 0,377 > 0,05 sehingga tidak terdapat pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Secara simultan ditemukan bahwa kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai |F hitung| 5,681 > 2,38 |F tabel| sedangkan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05.

**Kata kunci** : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas

## 1. Pendahuluan

Perusahaan adalah organisasi yang mempunyai berbagai tujuan. Salah satu tujuan utama didirikannya sebuah perusahaan adalah mendapatkan *profit* yang tinggi. *Profit* yang tinggi tidak hanya didapat dari baiknya kinerja perusahaan, tetapi ada faktor-faktor lain yang berperan besar dalam memperoleh *profit* tersebut. Semakin berkembangnya teknologi, membuat persaingan diantara perusahaan akan semakin ketat. Semakin berkembangnya sebuah perusahaan, maka keberlangsungan jangka panjangnya akan semakin bergantung pada seberapa baiknya kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan tidak hanya melihat dari sisi kinerja keuangannya saja, akan tetapi bagaimana perusahaan itu mampu memberikan kontribusi positif pada lingkungan hidup dan lingkungan sosialnya (Aghashahi *et al*, 2013).

Keberadaan perusahaan idealnya bermanfaat untuk masyarakat sekitar, sehingga diharapkan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* selain memberdayakan masyarakat setempat juga sebagai upaya agar operasional perusahaan berjalan lancar tanpa gangguan. Penerapan *Corporate Social Responsibility* merupakan aspek penting yang harus dilakukan perusahaan dalam operasionalnya. *Corporate Social Responsibility* mengacu pada konsep bahwa bisnis memiliki tanggung jawab atas kepentingan masyarakat yang lebih luas, tidak hanya kepentingan keuangan organisasi semata. Terkadang perusahaan tidak menerapkan *Corporate Social Responsibility* dengan baik sehingga muncul respon negatif dari masyarakat sekitar perusahaan. Dalam menanggulangi masalah yang muncul perusahaan menerapkan *Corporate Social Responsibility* yang bertujuan menciptakan tata kelola perusahaan yang baik dengan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menciptakan masyarakat di wilayah usahanya dan lingkungan sekitarnya yang sehat. (Soehoed, 2005 dalam Ruroh dan Latifah, 2018).

Negara Indonesia adalah salah satu negara yang telah melaksanakan program *Corporate Social Responsibility*. Pelaksanaan program tersebut sebenarnya sudah ada sejak tahun 1990an. Namun dikarenakan Negara Indonesia termasuk dalam salah satu negara yang lemah terkait dengan landasan hukum, pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* di Indonesia hanya dilaksanakan oleh beberapa perusahaan saja yang beranggapan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* itu penting (Gunawan dan Lubis, 2016).

*Corporate Social Responsibility* dimaksudkan agar dunia usaha meminimalisir dampak buruk terhadap aspek sosial dan lingkungan yang ditimbulkan selama menjalankan seluruh aktivitasnya. Konsep *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan atas para pemegang kepentingan (*stakeholder*) dan/atau pihak yang terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Adanya dampak dari aktivitas perusahaan telah menyadarkan bahwa kerusakan lingkungan yang terjadi bisa dikurangi agar dapat dimanfaatkan oleh generasi mendatang (Oktariani, 2014).

Perkembangan praktek dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia kemudian mendapat dukungan dari pemerintah, yaitu dengan mengeluarkan regulasi terhadap kewajiban praktek dan pengungkapan. Diantaranya adalah Pertama, Pasal 15b Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal menyatakan, bahwa setiap investor berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Penjelasan pasal ini menyatakan bahwa yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat. Kedua, tanggung jawab sosial perusahaan dicantumkan lagi dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat (1) Undang- Undang ini menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ayat (2) pasal ini menyatakan kewajiban tersebut diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Selanjutnya ayat (3) menyebutkan perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang terkait. Kemudian ayat (4) menyatakan ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

**PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2018)**

Berdasarkan Undang- Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74, perusahaan yang berkewajiban (mandatory) melaksanakan *Corporate Social Responsibility* hanya perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam. Sehingga kegiatan *Corporate Social Responsibility* hanya menjadi kegiatan yang bersifat sukarela (voluntary) selain perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam.

Pelaksanaan aktivitas *Corporate Social Responsibility* tidak bisa terlepas dari penerapan *Good Corporate Governance*. Pedoman umum *Good Corporate Governance* Indonesia menyatakan bahwa tujuan pelaksanaan *Good Corporate Governance* adalah mendorong timbulnya kesadaran dan tanggung jawab perusahaan pada masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Salah satu faktor *Good Corporate Governance* yang berpengaruh atas pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* adalah struktur kepemilikan (Rustiarini, 2011 dalam Edison, 2017).

Struktur kepemilikan dalam suatu perusahaan menjelaskan bahwa sebagai pemilik perusahaan memiliki tanggung jawab dan komitmen untuk mengelola dan menyelamatkan perusahaan (Annisa dan Nazar, 2015). Struktur kepemilikan merupakan pemisah antara pemilik perusahaan dan manajer perusahaan. Pemilik atau pemegang saham adalah pihak yang menyertakan modal kedalam perusahaan, sedangkan manajer adalah pihak yang ditunjuk pemilik dan diberi kewenangan mengambil keputusan dalam mengelola perusahaan, dengan harapan manajer bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik. Perbedaan dalam proporsi saham yang dimiliki oleh investor dapat mempengaruhi tingkat kelengkapan pengungkapan oleh perusahaan. Semakin banyak pihak yang butuh informasi tentang perusahaan, maka semakin detail pula pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan (Sudana, 2011:11).

Kepemilikan manajerial merupakan salah satu bentuk lainnya dari struktur kepemilikan. Manajer merupakan informan terbaik mengenai kondisi perusahaan dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap strategi dan investasi perusahaan (Soliman *et al*, 2012). Kepemilikan manajerial dimaksudkan untuk memungkinkan manajer ikut serta dalam pengambilan keputusan dalam perusahaan. Manajer yang memiliki saham dalam perusahaan akan dianggap tidak hanya sebagai pihak eksternal yang hanya digaji demi kepentingan pihak *shareholder* (pemegang saham) akan tetapi juga sebagai pihak yang memiliki kesejajaran dengan pihak *shareholder*. Semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan, manajer perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial dari kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan di dalam program *Corporate Social Responsibility* (Putri, 2013).

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham oleh pemerintah, institusi keuangan, institusi berbadan hukum, institusi luar negeri, dan perwalian serta institusi lainnya pada akhir tahun. Kepemilikan Institusional memiliki arti penting dalam memonitor manajemen.(Subiantoro dan Mildawati, 2015). Kepemilikan institusional yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen. Adanya kepemilikan oleh institusional akan mendorong pengawasan yang lebih optimal. Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan dan diharapkan juga dapat bertindak sebagai pencegah terhadap kecurangan yang dilakukan oleh manajemen (Wati, 2012). Hal ini berarti kepemilikan institusional dapat mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Perusahaan yang besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik, maka dari itu perusahaan besar mendapat tekanan yang lebih untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosialnya. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan kecil. (Subiantoro dan Mildawati, 2015).

*PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2018)*

*Leverage* adalah perbandingan antara dana yang diperoleh dari eksternal perusahaan dengan dana yang dimiliki oleh perusahaan. *Leverage* mencerminkan risiko keuangan perusahaan karena dapat menggambarkan struktur modal perusahaan dan mengetahui resiko tidak tertagihnya suatu utang. Peningkatan suatu pengeluaran akan membutuhkan dana yang lebih, dana tersebut dapat berasal dari hutang atau *leverage* (Sari, 2012). Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi. (Wardani, 2013).

Profitabilitas menunjukkan keberhasilan sebuah perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (laba) perusahaan. Perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang baik juga akan mendapat tekanan yang lebih kuat dari lingkungan perusahaan untuk lebih luas dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* secara luas dan semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan atau tanggung jawab sosialnya. (Hanafi dan Halim, 2014:4).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih dan Mahdar (2018). Adapun perbedaan penelitian ini dari penelitian Wahyuningsih dan Mahdar (2018) yaitu:

Adanya penambahan variabel independen yaitu struktur kepemilikan yang terdiri dari kepemilikan manajerial dan institusional. Dikarenakan struktur kepemilikan perusahaan timbul akibat adanya perbandingan jumlah pemilik saham dalam perusahaan. Sebuah perusahaan dapat dimiliki oleh seseorang secara individu, masyarakat luas, pemerintah, pihak asing, maupun orang dalam perusahaan tersebut (manajerial). Perbedaan dalam proporsi saham yang dimiliki oleh investor dapat mempengaruhi tingkat kelengkapan pengungkapan oleh perusahaan. Semakin banyak pihak yang butuh informasi tentang perusahaan, maka semakin detail pula pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan. Salah satunya yaitu *Corporate Social Responsibility*.

Pada penelitian sebelumnya menggunakan data perusahaan manufaktur tahun 2010-2012. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan data perusahaan manufaktur tahun 2018.

Selain itu penelitian ini saya buat karena maraknya kasus sosial dan lingkungan seperti pencemaran polusi dan limbah, keamanan dan kualitas produk, penggunaan sumber daya alam yang berlebihan dan lain sebagainya merupakan penyebab banyaknya perhatian terhadap penerapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan. Dipilihnya perusahaan manufaktur dalam sampel penelitian ini dikarenakan dalam aktivitasnya, perusahaan manufaktur lebih besar dampaknya terhadap lingkungan sekitar. Perusahaan manufaktur dalam melaksanakan kegiatan usahanya mau tidak mau pasti menghasilkan limbah yang berdampak pada masalah lingkungan sekitar. Terdapat fenomena yang menggambarkan bahwa perusahaan di Indonesia belum sepenuhnya menerapkan *Corporate Social Responsibility* dengan baik. Contohnya pada perusahaan yang melibatkan perusahaan manufaktur, yakni PT Tjiwi Kimia. Pada awal tahun 2014, masyarakat di sekitar pabrik Tjiwi Kimia mulai resah akibat pencemaran dan kerusakan sungai. Hal ini diakibatkan adanya pembuangan limbah cair yang melebihi ambang baku mutu serta ditemukannya zat ammonia (NH<sub>3</sub>) yang cukup tinggi pada hilir outlet PT Tjiwi Kimia di daerah Balongbendo. Akibat pencemaran ini menyebabkan adanya bau tak sedap serta gagal panen ikan yang dialami oleh warga, seperti di Desa Jeruk Legi, Desa Penambangan, Desa Bakungsukodani dan Desa Tanjungsari (<https://www.mongabay.co.id/>).

Selanjutnya, pada PT. Semesta Marga Raya, menurut salah satu sumber pemberitaan online pada bulan April 2017, ratusan pemuda dari Karang Taruna Astanajapura, Kabupaten Cirebon, menuntut realisasi PT Semesta Marga Raya yang telah menjanjikan berbagai hal sebagai kompensasi pembangunan tol yang sudah tertuang dalam perjanjian hitam di atas putih antara kedua belah pihak. Tuntutan pertama adalah keterbukaan Amdal sebagai dasar pengelolaan kepentingan kearifan lokal yang berada di semua wilayah desa pinggir tol. Lalu perihal terowongan dan jalan yang menyambungkan lahan pertanian warga. Selain itu massa juga menuntut realisasi program renovasi Rumah Tidak Layak Huni (Rutilahu) yang sejak tol dibangun hingga kini belum pernah ada. Selibhnya adalah transparansi dana *Corporate Social Responsibility* yang hingga kini tidak pernah dirasakan langsung oleh masyarakat. (<https://news.detik.com/>).

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang tidak diatur dengan baik dapat memberikan dampak yang besar bagi perusahaan. Tindakan yang kurang terpuji yang dilakukan oleh perusahaan akan berimbas pada perusahaan itu sendiri, citra perusahaan akan menjadi buruk bahkan operasi perusahaan dapat dihentikan. Aktivitas *Corporate Social Responsibility* harus diperhatikan selain tujuan perusahaan yang ingin memperoleh keuntungan, perusahaan juga harus dapat menjaga hubungan yang baik dengan para *stakeholder*.

## 2. Kerangka Teoritis Dan Pengembangan Hipotesis

### 2.1 Kerangka Teoritis

#### 2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan adalah teori yang menjelaskan hubungan antara agen sebagai pihak yang mengelola perusahaan dan prinsipal sebagai pihak pemilik, keduanya terikat dalam sebuah kontrak. Pemilik atau prinsipal adalah pihak yang melakukan evaluasi terhadap informasi dan agen adalah sebagai pihak yang menjalankan kegiatan manajemen dan mengambil keputusan. (Jensen & Meckling, 1976).

Teori agensi muncul karena adanya pemisahan fungsi antara pemilik dengan pengelola, hal ini dikarenakan dewasa ini kebutuhan modal perusahaan tidak dapat lagi disediakan hanya oleh satu pemilik. Pemegang saham sebagai *principal* diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan dan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dalam hubungan tersebut. Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan kemakmuran pemegang saham, untuk itu manajer yang diangkat oleh pemegang saham harus bertindak untuk kepentingan pemegang saham, tetapi sering kali terjadi konflik antara pemegang saham dengan pihak manajemen. Konflik ini disebabkan kepentingan pemegang saham dan manajer yang berbeda. Perbedaan ini disebabkan manajer cenderung untuk mengutamakan kepentingan pribadinya dibandingkan kepentingan pemegang saham. Pemegang saham tidak menyukai ambisi pribadi para manajer. (Munsaidah, Andini, Supriyanto, 2016).

Untuk mengatasi dan mengurangi masalah keagenan yang terjadi maka timbul biaya keagenan (*agency cost*) yang akan ditanggung baik oleh *principal* maupun agen. Membagi biaya keagenan ini menjadi *monitoring cost*, *bonding cost* dan *residual loss*. *Monitoring cost* adalah biaya yang timbul dan ditanggung oleh pemilik untuk memonitor perilaku para manajer. *Bonding cost* merupakan biaya yang ditanggung oleh manajer untuk mematuhi mekanisme yang menjamin bahwa manajer akan bertindak untuk kepentingan prinsipal. Selanjutnya *residual loss* merupakan pengorbanan berupa berkurangnya kemakmuran pemilik sebagai akibat dari perbedaan pengambilan keputusan manajer dan keputusan pemilik. (Jensen & Meckling, 1976).

#### 2.1.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi yang memperkuat bahwa perusahaan dapat mempertahankan keberlangsungannya dan untuk memastikan bahwa perusahaan beroperasi berdasarkan peraturan yang berlaku di mana perusahaan berdiri. (Riantani dan Nurzamzam, 2015).

Dalam Hadi (2011:88) Berdasarkan Gray et, al (1996): legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*Society*), pemerintah, dan kelompok masyarakat, Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat.

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. (Hadi, 2011:87).

#### 2.1.3 Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa tujuan perusahaan beroperasi bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu sendiri, melainkan juga memberi manfaat kepada *stakeholder*. (Riantani dan Nurzamzam, 2015).

Perusahaan tidak hanya diminta bertanggung jawab terhadap para pemilik (*shareholder*) sebagaimana terjadi selama ini, namun bergeser menjadi lebih luas hingga pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*), kemudian disebut tanggungjawab sosial (*Social Responsibility*). Fenomena seperti itu terjadi, karena adanya tuntutan dari masyarakat yang akibat *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi (Harahap, 2002). Untuk itu, tanggung jawab perusahaan yang bertanggung jawab atas data indikator ekonomi (*Economic focused*), kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial (*social dimentions*) terhadap pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal. (Hadi, 2011:93).

Perusahaan hendaknya memperhatikan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* bukan tidak mungkin menuai protes dan dapat mengeleminasi legitimasi *stakeholder*. (Hadi, 2011:94).

Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *shareholder* dan *stakeholder* perusahaan adalah dengan mengungkapkan *sustainability report* yang menginformasikan perihal kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungannya sekaligus kepada seluruh pemangku kepentingan perusahaan. Dengan pengungkapan ini, diharapkan perusahaan mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan serta dapat mengelola *stakeholder* agar mendapatkan dukungan yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Marwah, 2016).

## **2.1.4 Corporate Social Responsibility**

### **2.1.4.1 Pengertian Corporate Social Responsibility**

Dalam (Hadi, 2011:47) The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) yang merupakan Lembaga internasional yang berdiri tahun 1955 dan beranggotakan 120 perusahaan multinasional yang berasal dari 30 negara dunia mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* adalah: “komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi, serta meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya.”

Menurut Untung (2008:1) memberikan pengertian mengenai *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut: *Corporate Social Responsibility* adalah 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.

Menurut Sudana (2011:171) memberikan pengertian mengenai *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut: “Tanggung jawab sebuah organisasi perusahaan terhadap dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan masyarakat dan lingkungan. Tanggung jawab social dapat diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan eris, yang sejalan dengan konsep pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan para pemangku kepentingan (Stakeholder), sejalan dengan hukum yang berlaku serta norma perilaku internasional.”

### **2.1.4.2 Sejarah Perkembangan Corporate Social Responsibility**

Dalam Hadi (2011:48) Batasan konsep *Corporate Social Responsibility*, mengalami perkembangan dalam sejarah keberadaannya. Mengingat, *social responsibility* salah satunya muncul dari tuntutan *stakeholders*, sebagai akibat bagian dari hak yang dimiliki terganggu oleh eksistensi perusahaan. Sesuai dari hak yang dimiliki terganggu oleh eksistensi perusahaan. Sesuai dengan mentalitas dan memperhitungkan karakter dekadanya, perkembangan *social responsibility* di breakdown menjadi tiga periode, yaitu (solihin ismail, 2008):

1. Perkembangan awal yang masih diwarnai konsep tradisional yaitu antara 1950-1960.

Melihat karakter tanggung jawab sosial era tahun 1960-an tersebut, sesungguhnya ditemukan karakter pemicu tanggung jawab sosial pada masa itu, antara lain:

- 1) Tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*) muncul sebagai respon kesadaran etis dalam berbisnis (*business ethic*) secara personal pemilik modal (juragan), sehingga tanggung jawab sosial merupakan bentuk sikap derma yang ditujukan pada masyarakat sekitar (Nor Hadi,2009).
- 2) Wujud tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*) bersifat karitatif (*charity activity*) dan insidental, yang tergantung pada kondisi kesadaran dan keinginan pemodal. Bentuk apa, kapan dan kepada siapa bantuan diberikan, sangat bergantung pada kemauan sang juragan (Wibisono Yusuf,2007).
- 3) Tipe kontrak pelaksanaan yang mendasari tanggungjawab sosial (*Social Responsibility*) bersifat *stewardship principle*. Konsep tersebut mendudukan pelaku bisnis sebagai *steward* (wali) masyarakat, sehingga perlu mempertimbangkan kepentingan para pemangku kepentingan (Sholihin Ismail,2008).

Melihat karakter praktik tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*) tersebut diatas, maka dapat dinyatakan bahwa praktik tanggung jawab sosial perusahaan tersebut belum didasarkan pada *community based* dan dampak *negative externalities* yang ditimbulkan. Tanggung jawab sosial lebih didudukan sebagai amal sholeh pemodal, yang muatan dan esensinya lebih karena iktikad baik pemodal belaka.

## 2. Perkembangan pertengahan antara 1970-1980.

Secara garis besar, karakter praktik tanggung jawab sosial perusahaan era 1970-an, antara lain:

- 1) Dimulainya berbagai kegiatan yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat.
- 2) Masyarakat dan lingkungan sebagai sentral pertimbangan munculnya kegiatan.
- 3) Berorientasi pada kegiatan-kegiatan yang bersifat inti-plasma
- 4) Kegiatan bukan hanya ditujukan untuk derma (kebajikan *juragan*).

## 3. Perkembangan era tahun 1990-sampai sekarang.

Satu terobosan besar perkembangan gema tanggungjawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dikemukakan oleh John Elkington (1997) yang terkenal dengan “*The Triple Botton Line*” yang dimuat dalm buku “*Canibalts with Forks, The Triple Botton Line of Twentieth Century Business*”. Konsep tersebut mengakui bahwa jika perusahaan ingin sustain maka perlu memperhatikan 3P, yaitu bukan Cuma *profit* yang diburu, namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Konsep *Triple Botton Line* tersebut merupakan kelanjutan dari konsep sustainable development yang secara eksplisit telah mengaitkan antara dimensi tujuan dan tanggungjawab, baik kepada *shareholder* maupun *stakeholder*.

### 2.1.4.3 Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility*

Ranah tanggungjawab sosial (*Social Responsibility*) mengandung dimensi yang sangat luas dan kompleks. Di samping itu, tanggungjawab sosial juga mengandung interpretasi yang sangat berbeda, terutama dikaitkan dengan kepentingan pemangku kepentinga (*stakeholder*). Untuk itu, dalam rangka memudahkan pemahaman dan penyerdehanaan, banyak ahli mencoba menggaris bawahi prinsip dasar yang terkandung daam tanggungjawab sosial.

Dalam Hadi (2011:59) Crowthed David (2008) mengurai prinsip-prinsip tanggungjawab sosial menjadi tiga, yaitu:

#### 1. *Sustainability*

*Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (action) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumberdaya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Dengan demikian, *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumberdaya agar tetap memperhatikan generasi masa datang.

*Sustainability therefore implies that society must use no more than can be regenerated. This can be defined in terms of the carrying capacity of the ecosystem (Hawken, 1993).*

## 2. *Accountability*

*Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal (Crowther David, 2008). Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun image dan network terhadap para pemangku kepentingan. Nor Hadi (2009) menunjukkan bahwa tingkat keluasan dan keinformasian laporan perusahaan memiliki konsekuensi sosial maupun ekonomi. Tingkat akuntabilitas dan tanggungjawab perusahaan menentukan legitimasi stakeholder eksternal, serta meningkatkan transaksi saham perusahaan.

## 3. *Transparency*

*Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

### 2.1.4.4 Manfaat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Aktivitas *Corporate Social Responsibility* memiliki fungsi strategis bagi perusahaan, yaitu sebagai bagian dari manajemen risiko khususnya dalam membentuk katup pengaman sosial (*social security*). Dengan menjalankan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga harus turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan jangka panjang. Menurut Rusdianto (2013: 13) terdapat manfaat CSR bagi perusahaan yang menerapkannya, yaitu:

- Membangun dan menjaga reputasi perusahaan.
- Meningkatkan citra perusahaan.
- Melebarkan cakupan bisnis perusahaan.
- Mempertahankan posisi merek perusahaan.
- Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.
- Kemudahan memperoleh akses terhadap modal (*equity*)
- Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis.
- Mempermudah pengelolaan manajemen resiko (*risk management*).

Rusdianto (2013: 13) menyatakan bahwa: “Keputusan perusahaan untuk melaksanakan CSR secara berkelanjutan, merupakan keputusan yang rasional. Sebab implementasi program CSR akan menimbulkan efek lingkaran emas yang tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan, melainkan juga *stakeholder*. Bila CSR mampu dijalankan secara efektif maka dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi perusahaan, melainkan juga bagi masyarakat, pemerintah dan lingkungan”.

### 2.1.4.5 Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 menetapkan kewajiban semua perusahaan di bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan namun tidak menjelaskan secara rinci pedoman pelaporan terhadap tanggung jawab sosial tersebut. Karena tidak adanya pengaturan yang jelas tersebut, kebanyakan perusahaan menggunakan GRI sebagai pedoman pelaporan.

*Global Reporting Initiative (GRI)*, yang merupakan panduan pelaporan perusahaan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang digagas oleh PBB lewat *Coalition for Environmental Economies (CERES)* dan (UNEP) pada tahun 1997. GRI merupakan organisasi non-profit yang mempromosikan keberlanjutan sosial, ekonomi, dan lingkungan. GRI menyediakan kerangka



pelaporan keberlanjutan yang komprehensif bagi semua perusahaan dan organisasi yang banyak digunakan diseluruh dunia. Pedoman pengungkapan GRI terdiri dari G3, G3.1, dan G4. G3 atau yang sering dikenal dengan G 3.0 merupakan versi awal dari pedoman GRI yang terdiri dari 79 indikator dan 35 merupakan pedoman yang sering digunakan sampai saat ini. G3.1 merupakan versi pengembangan dari G3 yang didalamnya terkandung 84 indikator termasuk 79 indikator yang digunakan sebelumnya pada G3 dengan beberapa perubahan dan tambahan-tambahan lainnya yang dinilai lebih menyempurnakan pedoman GRI. G4 merupakan pedoman terbaru yang memiliki 91 indikator. ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)).

Indikator-indikator dalam GRI *Standard Disclosure* G4, terdiri dari 3 komponen (lihat lampiran A) yaitu :

- a. Indikator Kinerja Ekonomi (*Economic Performance Indicator*).
- b. Indikator Kinerja Lingkungan (*Environmental Performance Indicator*).
- c. Indikator Kinerja Sosial (*Social Performance Indicators*), terdiri dari 4 aspek, yaitu:
  - Indikator Kinerja Praktek Kerja & Kelayakan Kerja (*Labor Practices & Decent Work Performance Indicator*).
  - Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*Human Rights Performance Indicator*).
  - Indikator Kinerja Masyarakat (*Society Performance Indicator*).
  - Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk (*Product Responsibility Performance Indicator*).

### **2.1.5 Kepemilikan Manajerial**

Kepemilikan manajerial dapat menyetarakan kepentingan manajemen dan pemegang saham, sebab dengan besarnya saham yang dimiliki, pihak manajemen akan bertindak lebih hati-hati dalam mengambil keputusan. Dengan kata lain, semakin besar persentase kepemilikan, diharapkan manajer termotivasi untuk meningkatkan kinerja dan tanggung jawab meningkatkan kemakmuran pemegang saham sehingga manajer tidak hanya mengambil tindakan yang sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu untuk memperoleh laba tetapi juga mengoptimalkan aktivitas investasi. Dengan adanya kepemilikan manajerial, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga potensi kesulitan keuangan dapat dihindari. (Adjani, 2013 dalam Purwanty, 2017).

Kepemilikan manajerial adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Pihak tersebut adalah mereka yang duduk di dewan komisaris dan dewan direksi perusahaan. Keberadaan manajemen perusahaan mempunyai latar belakang yang berbeda, antara lain : Pertama, mereka mewakili pemegang saham institusi. Kedua, mereka adalah tenaga-tenaga profesional yang diangkat oleh pemegang saham dalam rapat umum pemegang saham. Ketiga, mereka duduk di jajaran manajemen perusahaan karena turut memiliki saham. Berdasarkan teori keagenan, hubungan antara manajemen dengan pemegang saham, rawan untuk terjadinya masalah keagenan. Teori keagenan menyatakan bahwa salah satu mekanisme untuk memperkecil adanya konflik agensi dalam perusahaan adalah dengan memaksimalkan jumlah kepemilikan manajerial (Subiantoro dan Mildawati, 2015).

### **2.1.6 Kepemilikan Institusional**

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham oleh pemerintah, institusi keuangan, institusi berbadan hukum, institusi luar negeri, dana perwalian dan institusi lainnya yang diukur oleh proporsi saham yang dimiliki oleh institusional pada akhir tahun yang dinyatakan dalam persentase. Semakin besar kepemilikan oleh institusi keuangan maka akan semakin besar kekuatan suara dan dorongan institusi keuangan untuk mengawasi manajemen, sehingga akibatnya akan memberikan dorongan yang lebih besar untuk mengoptimalkan nilai perusahaan sehingga tercapainya peningkatan kinerja yang ditandai juga dengan harapan perusahaan dapat menjaga kelangsungan hidup jangka waktu yang tidak ditentukan. (Setiawan, 2011 dalam Purwanty, 2017).

### 2.1.7 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*Size*) yaitu menunjukkan besar kecilnya ukuran perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula tingkat pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat (Wulansari dan Priyadi, 2015). Ukuran perusahaan diprosikan dengan *log* total *asset*, tujuannya agar mengurangi perbedaan yang signifikan antara ukuran perusahaan besar dan ukuran perusahaan kecil sehingga data total *asset* dapat terdistribusi normal.

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Dimana ukuran perusahaan adalah suatu skala atau nilai untuk mengklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan indikator tertentu, antara lain total aktiva, *log size*, nilai saham, jumlah tenaga kerja, penjualan, dan kapitalisasi pasar. (Rofiqkoh, 2016).

### 2.1.8 Leverage

Rasio *leverage* adalah rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai oleh hutang. *Leverage* didefinisikan sebagai nilai buku total hutang jangka panjang dibagi dengan total aktiva. *Leverage* diprediksi memiliki hubungan positif dengan risiko, karena semakin besar *leverage* semakin besar kewajiban membayar dalam jangka panjang. *Leverage* mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Pada saat tingkat *leverage* besar, maka laba yang dihasilkan akan dapat menutup pembayaran bunga dan pokok pinjaman. Namun jika tingkat *leverage* yang dihasilkan oleh suatu perusahaan kecil maka kecil pula kemampuan perusahaan untuk pembayaran bunga dan pokok pinjamannya. Maka dari itu, saat utang meningkat dengan tajam manajemen akan melakukan penyesuaian angka-angka akuntansi untuk menyepakati pembatasan-pembatasan seperti misalnya perjanjian hutang. Rasio *leverage* yang digunakan dalam penelitian ini untuk menunjukkan *debt covenant* perusahaan adalah DER (*debt to equity ratio*). (Fahmi, 2013).

*Leverage* dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan. Dalam penelitian ini indikator yang di pakai untuk mengukur tingkat *Leverage* adalah *Debt To Equity Ratio* (DER).

### 2.1.9 Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode tertentu dan juga memberikan gambaran tentang tingkat efektivitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya. (Istifaroh dan Subardjo, 2017:5).

Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba (*profit*) dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Dalam penelitian ini indikator yang di gunakan untuk mengukur tingkat ukuran perusahaan ini adalah *Return On Asset* (ROA). Lebih lanjut *Return On Asset* (ROA) merupakan ukuran perusahaan efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. (Subiantoro, 2015).

## 2.2 Kerangka Berpikir

### 2.2.1 Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility*

Kepemilikan manajerial akan mendorong manajer untuk berhati-hati dalam mengambil keputusan karena mereka ikut merasakan secara langsung manfaat dari keputusan yang diambil dan ikut menanggung kerugian dari konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah. Kepemilikan saham oleh manajemen akan membantu mengatasi masalah agensi karena semakin banyak saham yang dimiliki oleh manajemen maka mereka akan semakin termotivasi untuk bekerja lebih giat dan fokus dalam meningkatkan nilai perusahaan (Wati, 2012). Hal ini berarti konflik kepentingan dapat berkurang, dikarenakan manajemen akan menyesuaikan kepentingan manajemen dengan kepentingan perusahaan, salah satu caranya adalah dengan melakukan praktik dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

### **2.2.2 Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Corporate Social Responsibility**

Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi perilaku opportunistik manajer dan meningkatkan kualitas keputusan investasi dalam tanggung jawab sosial, sehingga dengan semakin besar kepemilikan institusional dalam suatu perusahaan maka perusahaan cenderung untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas mengenai pelaksanaan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Maka struktur kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. (Laksmi dan Purwanto, 2013 dalam Purwanto, 2017).

### **2.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility**

Ukuran perusahaan merupakan skala yang berfungsi untuk klasifikasi besar kecilnya entitas bisnis. Perusahaan yang memiliki tingkat entitas bisnis tinggi mendorong para investor untuk menginvestasikan saham kepada perusahaan dan jika saham perusahaan tinggi membuat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* nya meningkat, karena pendorong pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah kepemilikan saham perusahaan yang tinggi.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi dari pada perusahaan kecil. Penjelasan lain yang juga sering diajukan adalah perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar sehingga perusahaan besar tidak perlu ada tambahan biaya yang besar untuk dapat melakukan pengungkapan dengan lebih lengkap. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar sehingga untuk mengurangi biaya keagenan tersebut perusahaan akan mengungkapkan informasi yang lebih luas. Perusahaan kecil mungkin tidak menunjukkan perilaku tanggung jawab sosial secara jelas karena perusahaan yang berada dalam tahap dewasa dan tumbuh akan menarik lebih banyak perhatian dari lingkungannya dan memerlukan respon yang lebih terbuka (Subiantoro dan Mildawati, 2015).

### **2.2.4 Pengaruh Leverage terhadap Corporate Social Responsibility**

Perusahaan dengan tingkat *Leverage* tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat agar tidak diawasi secara ketat atau menghindari pengawasan khusus dari para pemegang hutang dan untuk meminimalisirnya manajer perusahaan memfokuskan pada peningkatan laba sehingga luas *Corporate Social Responsibility* dikurangi. *Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Ketergantungan perusahaan terhadap utang dalam membiayai kegiatan operasinya tercermin dalam tingkat *leverage*. *Leverage* juga mencerminkan tingkat risiko keuangan perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage* semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan.

Perusahaan dengan *leverage* yang rendah mencerminkan kemampuan pendanaan dari pemegang saham yang baik. Sedangkan, tingkat *leverage* perusahaan dikatakan tinggi jika pendanaan untuk aktivitas perusahaan lebih banyak berasal dari pihak eksternal, dimana hal tersebut yang diperhatikan oleh *debtholders*. Untuk meminimalisir perhatian *debtholders* maka manajemen perusahaan memfokuskan pada peningkatan laba sehingga luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dikurangi. (Pradnyani dan Sisdyani, 2015).

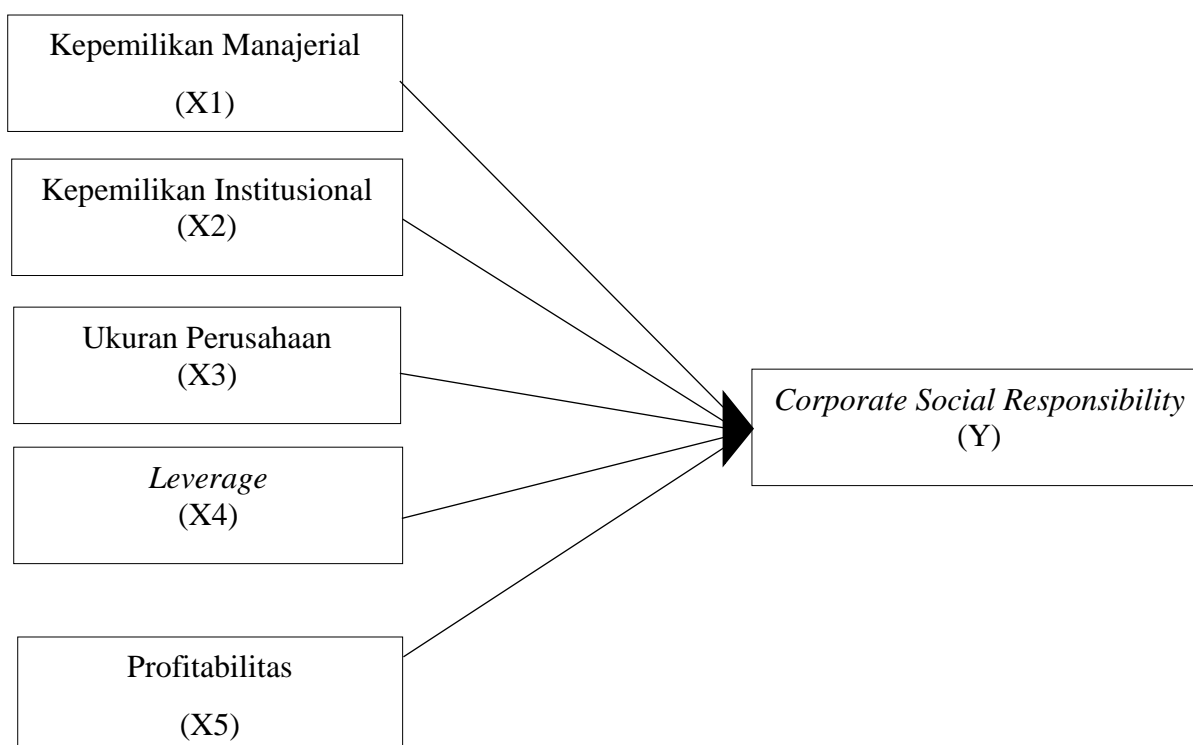
### **2.2.5 Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility**

Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang membuat manajemen menjadi fleksibel untuk melaksanakan tanggung jawab sosial kepada pemegang saham. Dengan semakin tingginya tingkat profitabilitas, maka semakin besar pula pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dan pengungkapannya (Bangun, 2012).

Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. tingkat Profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, oleh sebab itu

semakin tinggi Profitabilitassuatu perusahaan maka cenderung semakin luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

### **Kerangka Berpikir**



### **2.3 Hipotesis**

Berdasarkan kerangka berpikir yang telah di kemukakan, maka peneliti mengajukan hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- H1** :Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
- H2** :Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
- H3** :Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
- H4** :*Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
- H5** :Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
- H6** :Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018. Penelitian ini dilakukan dengan mengolah data yang ada di situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Penelitian direncanakan akan dimulai dari bulan Maret 2020 sampai dengan selesai.

Populasi adalah kelompok orang, kejadian, atau hal-hal menarik dimana peneliti ingin membuat opini (berdasarkan statistik sampel) (Sekaran dan Bougie, 2017). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018.

Sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi (Sekaran dan Bougie, 2017). Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Pemilihan sampel dengan *purposive sampling* dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang *representative* berdasarkan kriteria tertentu. Penentuan kriteria diperlukan untuk menghindari timbulnya kesalahan dalam penentuan sampel.

Penelitian. Sampel penelitian yang diambil berdasarkan kriteria-kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2018 dan telah di audit.
2. Perusahaan mencantumkan dan melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam *annual report* tahun 2018.
3. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangannya dalam satu jenis mata uang yaitu rupiah.
4. Perusahaan tidak mengalami kerugian selama periode pengamatan.
5. Perusahaan manufaktur yang memiliki data yang lengkap sesuai dengan variabel dalam penelitian ini.

### 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

#### 3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*.
2. Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan dan mempengaruhi variabel lain.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

- a. Kepemilikan Manajerial (X1)
- b. Kepemilikan Institusional (X2)
- c. Ukuran Perusahaan (X3)
- d. *Leverage* (X4)
- e. Profitabilitas (X5)

#### 3.1.2 Definisi Operasional

##### 3.1.2.1 Corporate Social Responsibility

*Corporate Social Responsibility* dalam penelitian ini diprosikan menggunakan rasio pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan 91 indikator berdasarkan GRI-G4. GRI-G4 menyediakan kerangka kerja yang relevan secara global untuk mendukung pendekatan yang terstandarisasi dalam pelaporan. Fitur yang ada di GRI-G4 menjadi pedoman ini lebih mudah digunakan, baik bagi pelapor yang berpengalaman dan bagi mereka yang baru dalam pelaporan berkelanjutan dari apapun dan didukung oleh bahan-bahan dan layanan GRI lainnya.

Pengukuran ini dilakukan dengan mencocokkan item pada check list dengan item yang diungkapkan perusahaan. Apabila item y diungkapkan maka diberikan nilai 1, jika item y tidak diungkapkan maka diberikan nilai 0 pada check list. Setelah mengidentifikasi item yang diungkapkan oleh perusahaan di dalam laporan tahunan, serta mencocokkannya pada check list, hasil pengungkapan item yang diperoleh dari setiap perusahaan dihitung indeksnya dengan proksi CSRDi. Selanjutnya total nilai pengungkapan digunakan untuk mengukur indeks CSR. Rumus pengukuran rasio pengungkapan CSR adalah sebagai berikut :

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

$CSRDI_j$  = CSR disclosure index

$\sum_{ij} x_{ij} = 1$  = jika item diungkapkan ;  $0$  = jika item tidak diungkapkan dengan demikian  $0 \leq 91$

$n_j$  = jumlah item pada perusahaan  $j$ ,  $n_j \leq 91$

### 3.1.2.2 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajemen adalah besarnya proporsi saham atau tingkat kepemilikan saham oleh manajemen. Kepemilikan manajemen dalam penelitian ini diukur dengan presentase saham yang dimiliki manajemen. Semakin besar saham yang dimiliki oleh manajemen/ institusi, maka semakin besar informasi yang akan diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya. Hal ini dikarenakan semakin besar jumlah kepemilikan saham, maka semakin banyak pula pihak yang membutuhkan informasi tentang perusahaan.

Kepemilikan manajemen dalam penelitian ini diukur dengan presentase saham yang dimiliki manajemen, semakin besar saham yang dimiliki oleh manajemen/institusi, maka semakin besar informasi yang akan diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan Subiantoro dan Mildawati (2015). Di rumuskan sebagai berikut:

$$KM = \frac{\text{jumlah kepemilikan saham oleh pihak manajemen}}{\text{jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

### 3.1.2.3 Kepemilikan Institusional

Kepemilikan Institusional merupakan kepemilikan saham perusahaan oleh institusi (badan) seperti yayasan, bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dana pensiun, perusahaan berbentuk perseroan dan lain sebagainya. Struktur kepemilikan institusional dapat diukur sesuai dengan proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak institusi atau lembaga dibagi dengan jumlah saham yang beredar Sartono (2010). Di rumuskan sebagai berikut:

$$KI = \frac{\text{jumlah kepemilikan saham oleh pihak institusional}}{\text{jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

### 3.1.2.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besarkecilnya perusahaan dilihat dari berbagai aspek, dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan mentransformasikan total aset perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Total aset yang ditransformasikan dalam logaritma bertujuan untuk menyamakan dengan variabel lain karena total aset perusahaan relatif besar dibandingkan dengan variabel-variabel lain dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan suatu skala dimana ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara antara lain: total aset, jumlah tenaga kerja, nilai pasar saham, dan lain-lain. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Munsaidah, Andini, & Supriyanto (2016), ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan total aset:

$$SIZE = \ln (\text{Total Asset})$$

### 3.1.2.5 Leverage

*Leverage* sering diinterpretasikan sebagai pendorong kinerja perusahaan dan berhubungan dengan utang. Dalam penelitian ini *leverage* akan menggunakan proksi DER (*Debt to Equity Ratio*) seperti dalam penelitian Khumairoh, Kalbuana, dan Mulyati (2015). DER dihitung dengan membandingkan total kewajiban dengan total aset.

$$DER = \frac{\text{Total kewajiban}}{\text{Total Aset}}$$

### 3.1.2.6 Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada para pemegang saham. Terdapat beberapa pengukuran untuk menentukan profitabilitas perusahaan yaitu: *Return Of Equity*, *Return On Asset*, *Earning Per Share*, *Net Profit* dan *Operating Ratio*. Profitabilitas dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan *Return On Asset (ROA)*.

*ROA* dapat dihitung dengan menggunakan rasio profitabilitas antara laba bersih terhadap total aset. Berdasarkan penelitian dari Munsaidah, Andini, & Supriyanto (2016), rumus yang digunakan untuk mengukur *profitabilitas* adalah :

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

### 3.1.2.7 Persamaan Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda. Pengujian hipotesis bertujuan untuk melihat pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan :

$Y$  = *Corporate Social Responsibility*

$X_1$  = Kepemilikan Manajerial

$X_2$  = Kepemilikan Institusional

$X_3$  = Ukuran Perusahaan

$X_4$  = *Leverage*

$X_5$  = Profitabilitas

$\alpha$  = Konstanta

$e$  = *Error*

$\beta$  = Koefisien

### 3.2 Hasil Analisis Dan Pembahasan

**Tabel 1 : Purposive Sampling**

No	Kriteria	Jumlah
1	Jumlah populasi perusahaan manufaktur yang sudah dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2018	168
2	Perusahaan yang tidak mengungkapkan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada laporan tahunan 2018	(24)
3	Perusahaan manufaktur yang mengalami kerugian selama tahun 2018	(8)
4	Perusahaan yang tidak memiliki laporan keuangan disajikan dalam mata uang Rupiah tahun 2018.	(27)
5	Perusahaan manufaktur yang tidak memiliki data lengkap yang dibutuhkan peneliti selama periode tahun 2016 – 2018	(49)
<b>Total Sampel Penelitian</b>		<b>60</b>
<b>Total data Penelitian</b>		<b>60</b>

*Sumber: Bursa Efek Indonesia, Data yang diolah Peneliti (2020)*

**Tabel 2 : Sampel Penelitian**

NO	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1	ALKA	Alaska Industrindo Tbk
2	ALMI	Alumindo Light Metal Industry Tbk
3	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk
4	AMIN	Ateliers Mecaniques D'Indonesie Tbk
5	ARNA	Arwana Citra Mulia Tbk
6	ASII	Astra International Tbk
7	BOLT	Garuda Metalindo Tbk
8	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
9	CINT	Chitose Internasional Tbk
10	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
11	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
12	CPRO	Central Proteina prima Tbk
13	FASW	Fajar Surya Wisesa Tbk
14	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
15	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk
16	IMPC	Impack Pratama Industri Tbk
17	INAI	Indal Aluminium Industry Tbk
18	INCI	Intan Wijaya International Tbk
19	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
20	INDS	Indospring Tbk
21	ISSP	Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk
22	JECC	Jembo Cable Company Tbk



**PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2018)**

23	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk
24	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk
25	KBLM	Kabelindo Murni Tbk
26	KDSI	Kedawung Setia Industrial Tbk
27	KINO	Kino Indonesia Tbk
28	KLBF	Kalbe Farma Tbk
29	LION	Lion Metal Works Tbk
30	LMSH	Lion Mess Prima Tbk
31	MAIN	Malindo Feedmill Tbk
32	MARK	Mark Dynamics Indonesia Tbk
33	MDKI	Emdeki Utama Tbk
34	MLIA	Mulia Industrindo Tbk
35	MOLI	Madusari Murni Indah Tbk
36	PBID	Panca Budi Idaman Tbk
37	PEHA	Phapros Tbk
38	PRAS	Prima Alloy Steel Universal Tbk
39	PYFA	Pyridam Farma Tbk
40	SCCO	Supreme Cable Manufacturing Corporation Tbk
41	SIDO	Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk
42	SKBM	Sekar Bumi Tbk
43	SKLT	Sekar Laut Tbk
44	SMBR	Semen Baturaja Persero Tbk
45	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk
46	SMSM	Selamat Sempurna Tbk
47	SPMA	Suparma Tbk
48	SRSN	Indo Acitama Tbk
49	STTP	Siantar Top Tbk
50	TCID	Mandom Indonesia Tbk
51	TRIS	Trisula International Tbk
52	TRST	Trias Sentosa Tbk
53	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry Tbk
54	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
55	VOKS	Voksel Electric Tbk
56	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk
57	WOOD	Integra Indocabinet Tbk
58	WSBP	Waskita Beton Precast Tbk
59	WTON	Wijaya Karya Beton Tbk
60	ZONE	Mega Perintis Tbk

*Sumber: Data yang diolah Peneliti, 2020 (Lampiran B.1)*

**Tabel 3** : Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.09234753
Most Extreme Differences	Absolute	.107
	Positive	.062
	Negative	-.107
Test Statistic		.107
Asymp. Sig. (2-tailed)		.086 <sup>c</sup>

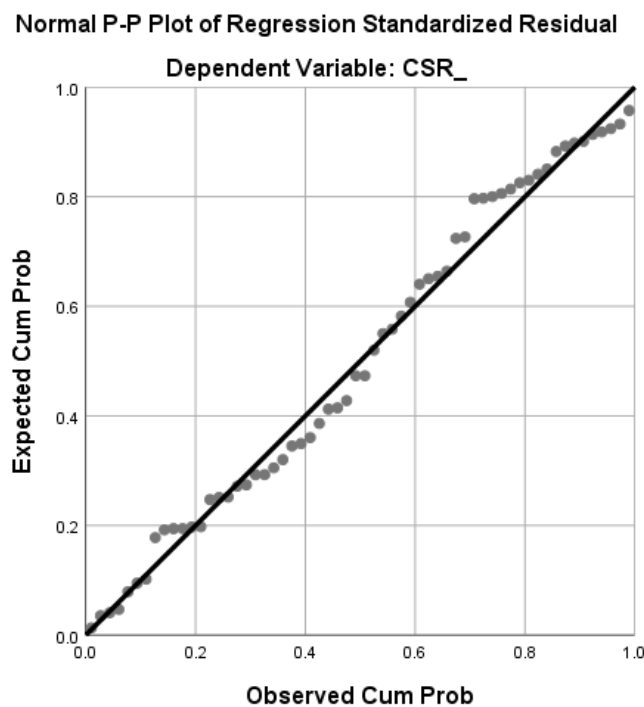
Sumber:

Hasil

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

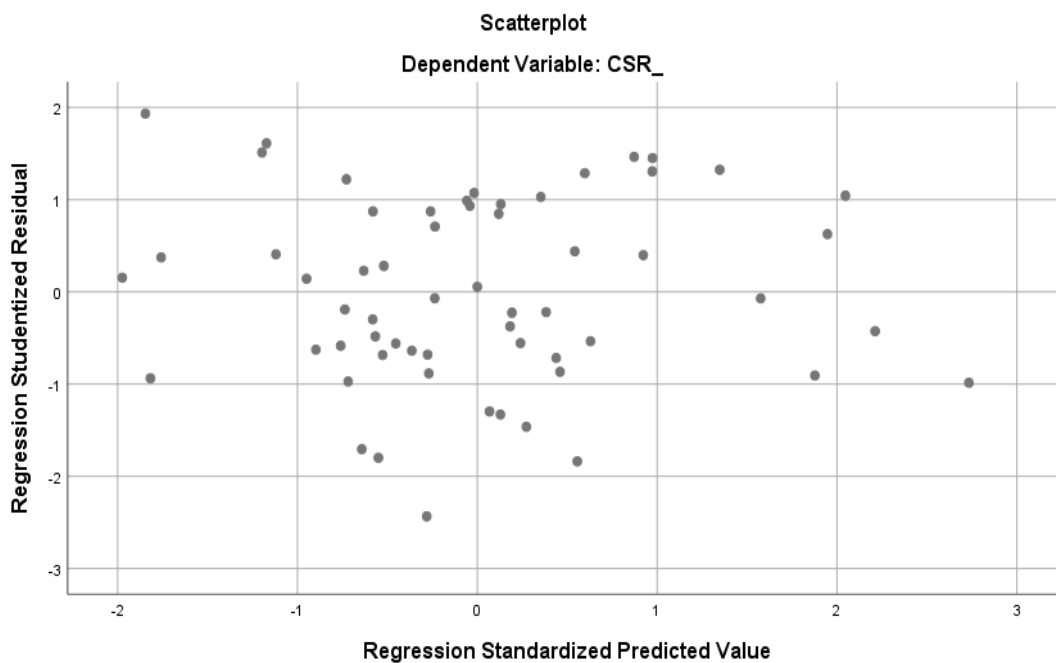
*Pengujian Data, 2020 (Lampiran C.1.1)*

**Gambar 1.** Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram



*Sumber: Hasil Pengujian Data, 2020 (Lampiran C.1.2)*

**Gambar 2.** Hasil Uji Normalitas Grafik Normal Plot



Sumber: Hasil Pengujian Data, 2020 (Lampiran C.1.3)

**Tabel 4 :** Hasil Pengujian Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
KEPEMILIKAN_MANAJERIAL	.701	1.426
KEPEMILIKAN_INSTITUSIONAL	.839	1.192
UKURAN_PERUSAHAAN	.788	1.269
LEVERAGE_	.902	1.109
PROFITABILITAS_	.955	1.047

a. Dependent Variable: CSR\_

Sumber: Hasil Pengujian Data, 2020 (Lampiran C.1.4)

**Tabel 5 : Hasil Uji Autokorelasi**

**Runs Test**

	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	-.00646
Cases < Test Value	30
Cases >= Test Value	30
Total Cases	60
Number of Runs	36
Z	1.302
Asymp. Sig. (2-tailed)	.193

a. Median

*Sumber: Hasil Pengujian Data, 2020 (Lampiran C.1.5)*

**Tabel 6 : Hasil Uji Regresi Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	-1.644	.553	
KEPEMILIKAN_MANAJERIAL	-.073	.063	-.153
KEPEMILIKAN_INSTITUSIONAL	.044	.063	.083
UKURAN_PERUSAHAAN	.378	.104	.453
LEVERAGE_	-.006	.026	-.026
PROFITABILITAS_	.097	.109	.100

a. Dependent Variable: CSR\_

*Sumber: Hasil Pengujian Data, 2020 (Lampiran C.2.1)*

**Tabel 7 : Hasil Uji Parsial**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.644	.553		-2.971	.004

**PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2018)**

KEPEMILIKAN_MANAJERIAL	-.073	.063	-.153	-1.162	.250
KEPEMILIKAN_INSTITUSIONAL	.044	.063	.083	.692	.492
UKURAN_PERUSAHAAN	.378	.104	.453	3.651	.001
LEVERAGE_	-.006	.026	-.026	-.228	.821
PROFITABILITAS_	.097	.109	.100	.890	.377

a. Dependent Variable: CSR\_

*Sumber: Hasil Pengujian Data, 2020 (Lampiran C.2.2)*

**Tabel 8 : Hasil Uji Simultan (Statistik F)**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.265	5	.053	5.681	.000 <sup>b</sup>
	Residual	.503	54	.009		
	Total	.768	59			

a. Dependent Variable: CSR\_

b. Predictors: (Constant), PROFITABILITAS\_, KEPEMILIKAN\_MANAJERIAL, LEVERAGE\_, KEPEMILIKAN\_INSTITUSIONAL, UKURAN\_PERUSAHAAN

*Sumber: Hasil Pengujian Data, 2020 (Lampiran C.2.3)*

**Tabel 9 : Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.587 <sup>a</sup>	.345	.284	.09653

a. Predictors: (Constant), PROFITABILITAS\_, KEPEMILIKAN\_MANAJERIAL, LEVERAGE\_, KEPEMILIKAN\_INSTITUSIONAL, UKURAN\_PERUSAHAAN

*Sumber: Hasil Pengujian Data, 2020 (Lampiran C.2.4)*

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa Nilai *R Square* sebesar 0,345 atau 34,5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas dapat menjelaskan variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* 34,5% , sedangkan sisanya sebesar 65,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

#### 4. Hasil Penelitian

##### 4.1 Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan uji hipotesis t menunjukkan nilai variabel Kepemilikan Manajerial menghasilkan nilai  $|t \text{ hitung}|$  sebesar  $-1,162 < 2,00488$  pada  $|t \text{ tabel}|$  dengan tingkat signifikansi  $0,250 > 0,05$ , yang berarti  $H_1$  ditolak, atau Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Asiah (2018), yang menyatakan bahwa Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini dikarenakan kepemilikan saham manajerial di Indonesia secara terkonsentrasi didominasi oleh keluarga sebagai pemegang saham pengendali. Pendiri perusahaan dan keluarga hanya melanjutkan kepemilikannya baik dalam manajemen puncak dan dewan komisioner.

Kepemilikan keluarga dalam perusahaan menghalangi perusahaan untuk berinvestasi dalam upaya meningkatkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Serta memungkinkan dengan total kepemilikan manajerial yang sangat rendah di Indonesia salah satu penyebab tidak adanya pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Edison (2017) yang menyatakan bahwa Kepemilikan Manajerial berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

#### **4.2 Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap *Corporate Social Responsibility***

Berdasarkan uji hipotesis t menunjukkan nilai variabel Kepemilikan Institusional menghasilkan nilai  $|t \text{ hitung}|$  sebesar  $0,692 < 2,00488$  pada  $|t \text{ tabel}|$  dengan tingkat signifikansi  $0,492 > 0,05$ , yang berarti  $H_2$  ditolak, atau Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Annisa (2015), yang menyatakan bahwa Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini disebabkan oleh tinggi rendahnya tingkat kepemilikan institusi tidak menjadi indikator tingkat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sehingga adanya pemegang saham institusional belum mampu mendorong perusahaan untuk melakukan aktivitas sosial dan dapat ditarik kesimpulan bahwa pihak institusional di Indonesia belum memiliki kesadaran penuh terhadap pentingnya keberlanjutan jangka panjang perusahaan dengan menjadikan aspek kegiatan sosial dan lingkungan sebagai pertimbangan utama dalam berinvestasi dan kemungkinan pihak institusional masih berorientasi pada keuntungan jangka pendek dengan memprioritaskan faktor lain sebagai pertimbangan investasi, misalnya laba perusahaan. Namun bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Edison (2017) yang menyatakan bahwa Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

#### **4.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility***

Hasil uji hipotesis t menunjukkan nilai variabel Ukuran Perusahaan menghasilkan nilai  $|t \text{ hitung}|$  sebesar  $3,651 > 2,00488$  pada  $|t \text{ tabel}|$  dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$ , yang berarti  $H_3$  diterima, atau Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan hasil analisis diatas maka hipotesis ketiga pada penelitian ini dapat diterima dan berpengaruh positif, semakin tinggi nilai Ukuran Perusahaan yang di hitung berdasarkan total asset Perusahaan, maka semakin memperbesar kemungkinan terjadinya Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu dari Rofiqkoh (2016), Purwanty (2017), dan Wahyuningsih (2018) yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Namun tidak sejalan dengan penelitian dari Annisa (2015), dan Pradnyani (2015) yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

#### **4.4 Pengaruh Leverage terhadap *Corporate Social Responsibility***

Hasil uji hipotesis t menunjukkan nilai variabel *Leverage* menghasilkan nilai  $|t \text{ hitung}|$  sebesar  $0,228 < 2,00488$  pada  $|t \text{ tabel}|$  dengan tingkat signifikansi  $0,821 > 0,05$ , yang berarti  $H_4$  ditolak, atau *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Tidak berpengaruhnya leverage terhadap tanggung jawab sosial juga karena tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan pemegang saham yang diwujudkan dengan meningkatkan laba perusahaan. Untuk tujuan tersebut, perusahaan akan berupaya untuk meningkatkan efisiensi biaya operasional guna meningkatkan laba. Agar laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial). Selain itu juga karena adanya ketergantungan perusahaan di Indonesia terhadap sumber dana utang.

Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu dari Pradnyani (2015) dan Irmayanti (2018) yang menyatakan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Namun tidak sejalan dengan penelitian dari Rofiqkoh (2016), Wahyuningsih (2018), dan Ruroh (2018) yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

#### **4.5 Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility***

Berdasarkan hasil uji hipotesis t menunjukkan nilai variabel Profitabilitas menghasilkan nilai  $|t_{hitung}|$  sebesar  $0,890 < 2,00488$  pada  $|t_{tabel}|$  dengan tingkat signifikansi  $0,377 > 0,05$ , yang berarti  $H_5$  ditolak, atau Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Hal ini berarti perusahaan akan tetap mengungkapkan tanggung jawab sosialnya tanpa memperhatikan besar kecilnya laba yang dihasilkan dengan kata lain variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini didukung dengan pendapat bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca "good news" kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan berinvestasi di perusahaan tersebut (Trisnawati, 2014).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Rofiqkoh (2016), dan Irmayanti (2018), yang menyatakan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Namun bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017), Pradnyani (2018), dan Wahyuningsih (2018) yang menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

#### **4.6 Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Berdasarkan hasil pengolahan SPSS menunjukkan bahwa nilai  $|F_{hitung}|$  sebesar 5,681 dan nilai  $|F_{tabel}|$  adalah sebesar 2,38. Hal ini menunjukkan nilai  $|F_{hitung}|$  sebesar  $5,681 > 2,38$  pada  $|F_{tabel}|$  sedangkan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , yang berarti  $H_6$  diterima, Maka dapat disimpulkan bahwa Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas berpengaruh secara simultan (bersama – sama) terhadap variabel dependen, yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

### **5. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016 dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepemilikan Manajerial secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018 sehingga  $H_1$  ditolak.
2. Kepemilikan Institusional secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018 sehingga  $H_2$  ditolak.
3. Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018 sehingga  $H_3$  diterima.
4. *Leverage* secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018 sehingga  $H_4$  ditolak.
5. Profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018 sehingga  $H_5$  ditolak.

6. Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018 sehingga H<sub>6</sub> diterima.

## **6. Referensi**

- Aghashahi, Betsabeh., Rasid, Siti Zaleha Abd., Sarli, Majid dan Mand, Abdollah Ah. 2013. Corporate Social Responsibility Reporting of Food Industry Major Players. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 5 (2), pp.751-761.
- Annisa, Noor. I dan Nazar, M. Rafki. 2015. Pengaruh Struktur Kepemilikan dengan Variabel Kontrol Profitabilitas, Umur dan Ukuran Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2011-2013). *Eproceeding telkom university*
- Asiah, Nur., Muniruddin, Said. 2018. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Asing, dan Dewan Komisaris Independen terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*. Vol.3 No. 2
- Bangun, Nurainun., Hardiman, Stefanus. 2012. Analisis Pengaruh Profitabilitas, Cash Position, Debt to Equity Ratio, dan Kesempatan Investasi terhadap Kebijakan Dividen pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2008-2010. *Jurnal Pasar Modal dan Perbankan (Journal of Capital Market and Banking)*. Vol.1 No. 2
- Edison, Acep. 2017. Struktur Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial Pengaruhnya terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. h: 164-175
- Fahmi, Irham. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Mutiara Intan Permana dan Lubis, Ahmad Tarmizi. 2016. Pengungkapan CSR bidang Pendidikan dalam laporan tahunan BUS di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*. Vol 4 No.1. STEI SEBI
- Hackston, David and Markus J. Milne. (1996). "Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 9, No.1, p. 77-108.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hanafi dan Halim. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi keempat. Badan Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Harjito, Agus dan Martono. 2011. *Manajemen Keuangan, Edisi Kedua*. Yogyakarta: Ekonisia.



*PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2018)*

- Istifarah, Anisa., Subardjo, Anang. (2017). *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol. 6, No. 6. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Akuntansi Indonesia. Surabaya. ISSN: 2460-0585.
- Jensen, M. C., & Meckling. 1976. Theory of The Firm: Management Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305–360.
- Khumairoh., Kalbuana, Nawang dan Mulyati, Henny. 2016. Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan, *SyariahPaper Accounting FEB UMS*.
- Marwah, R. 2016. Pengaruh Corporate Social Responsibility ( CSR ) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Skripsi. Fakultas Ekonomi UII*.
- Martono & Harjito, Agus. 2010. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Penerbit Ekonisia.
- Munsaidah, S., Andini, R., & Supriyanto, A. 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. *Journal Of Accounting*, 2(2).
- Oktariani. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Tanggung Jawab Lingkungan pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. h: 402-418.
- Purwanty, Novie., Yuliandari, Willy S., Triyanto, Dedik N. 2017. Pengaruh Struktur Kepemilikan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Pada Perusahaan Non-Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015). *e-Proceeding of Management*. Vol.14 No.3. 2619-2626
- Putri, Hanni Chyntia Maita., Raharja, Surya. 2013. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi Universitas Diponegoro*, 2 (3), h: 1-15.
- Pradnyani, I Gusti A. A. P., Sisdyani, Eka Ardhani. 2015. Pengaruh Ukuran Perusahaan, profitabilitas, leverage, dan ukuran dewan komisaris pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 384-397
- Riantani, S., & Nurzamzam, H. 2015. Analysis Of Company Size , Financial Leverage , And Profitability And Its Effect To Csr Disclosure. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 6(2), 453–463.
- Rofiqkoh, E. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* , 1-18.
- Ruroh, Ivon Nurmas dan Latifah, Sri Wahjuni. 2018. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Risk Minimization terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akademisi Akuntansi*. h: 42-53
- Rusdianto, Ujang. (2013). *CSR Communications A Framework for PR Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sartono, R. A. (2010). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE.

*PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2018)*

- Sari, R.A. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal* 1(1): 124-140.
- Sekaran, Uma dan Bougie, R. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta. Salemba Empat.
- Soliman, M.M., M. E. Din, dan A. Sakr. 2012. Ownership structure and corporate social responsibility (CSR) : An empirical study of the listed companies in Egypt 2012. *The International Journal of Social Science*. Vol.5 No.1.
- Subiantoro, O. H., Mildawati, Titik. 2015. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 1-21.
- Sudana, I Made. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan, Teori dan Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- Trisnawati, 2014. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Ukuran Dewan Komisaris dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Industri Perbankan di Indonesia*. Seminar Nasional Dan Call For Paper FEB UMS.
- Untung, Hendrik Budi, 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Wahyuningsih, Ana., Mahdar, Nera Marinda. 2018. Pengaruh size, leverage dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*. Vol.5 No.1: 27-36
- Wardani, N.K. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2009-2011. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Wati, K. M. (2012). Simultanitas Struktur Kepemilikan, Kebijakan Dividen, dan Utang. *Jurnal Riset Akuntansi*, 8(2), 159–173.
- Wulansari, Devita Dwi Septi., Priyadi, Maswar Patuh. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi (JIRA)*. Vol.4 No.12

<https://news.detik.com/>  
<https://www.mongabay.co.id/>  
[www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)  
[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal  
Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas