

**PENGARUH *FIRM SIZE*, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE*  
TERHADAP PENGUNGKAPAN INFORMASI  
PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL  
PERUSAHAAN  
(Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek  
Indonesia Periode 2012-2016)**

**(Skripsi)**

**Oleh:**

**RENI SUSILAWATI**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2018**

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF FIRM SIZE, PROFITABILITY AND LEVERAGE ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE (Study in Mining Companies Listed an Indonesian Stock Exchange in 2012–2016 Period)**

**By**

**Reni Susilawati**

*The purpose of this study was to determine the influence of firm size, profitability and leverage on social responsibility disclosure. The population in this research was used a mining companies listed an Indonesian stock exchange in 2012–2016 period such as 41 companies and the sample of the research is 8 companies through purposive sampling. This research was used regression analysis model panel data and used analysis tools E-views 9.0 programs. Based on the t test (partial) showed that the firm size variable have influence positive and significant on CSR disclosure. Profitability variable have influence negative and not significant on CSR disclosure. Leverage variable have influence positive and not significant on CSR disclosure. Based on F test (simultaneous) showed that firm size, profitability and leverage simultaneously significant on CSR disclosure.*

**Keyword : CSR Disclosure, Leverage, Profitability and Firm Size.**

## ABSTRAK

**PENGARUH *FIRM SIZE*, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE*  
TERHADAP PENGUNGKAPAN INFORMASI  
PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL  
PERUSAHAAN  
(Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek  
Indonesia Periode 2012–2016)**

Oleh

**Reni Susilawati**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *firm size*, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Populasi yang digunakan adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012–2016 sebanyak 41 perusahaan dan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 8 perusahaan yang ditentukan melalui *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi model data panel dan menggunakan alat analisis program E-views 9.0. Hasil uji t (Parsial) menunjukkan bahwa variabel *firm size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Variabel profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Variabel *leverage* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel *firm size*, profitabilitas dan *leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan

**Kata Kunci : Pengungkapan CSR, *Leverage*, Profitabilitas dan *Firm Size*.**

**PENGARUH *FIRM SIZE*, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE*  
TERHADAP PENGUNGKAPAN INFORMASI  
PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL  
PERUSAHAAN  
(Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek  
Indonesia Periode 2012-2016)**

Oleh  
**RENI SUSILAWATI**

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar  
SARJANA ADMINISTRASI BISNIS

Pada

Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Lampung



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2018**

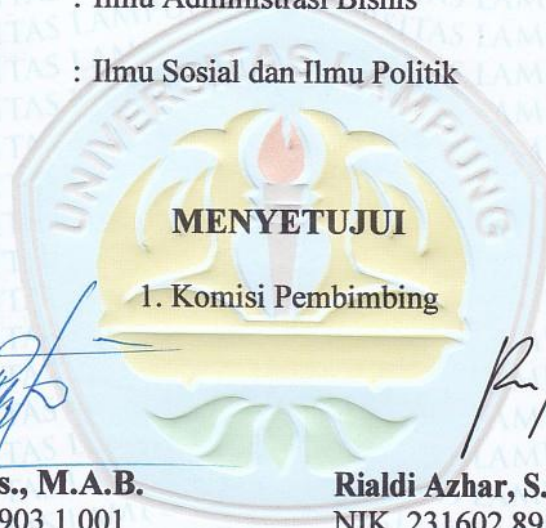
Judul Skripsi : **PENGARUH *FIRM SIZE*, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP PENGUNGKAPAN INFORMASI PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL PERUSAHAAN**  
(Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016)

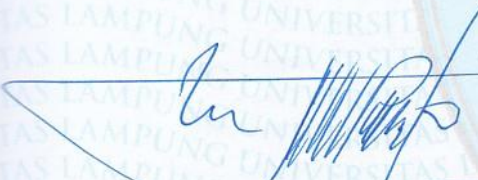
Nama Mahasiswa : **Reni Susilawati**


Nomor Pokok Mahasiswa: 1416051098

Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

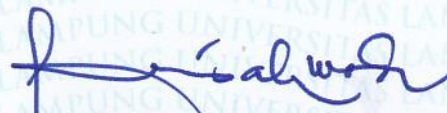
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



  
**Dr. Surtipto, S.Sos., M.A.B.**  
NIP 19690226 199903 1 001

  
**Rialdi Azhar, S.E., M.S.A., Ak., CA.**  
NIK 231602 891111 101

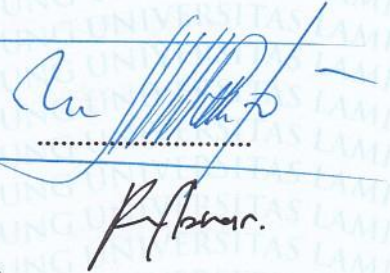
2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

  
**Ahmad Rifa'i, S.Sos., M.Si.**  
NIP 19750204 200012 1 001

**MENGESAHKAN**

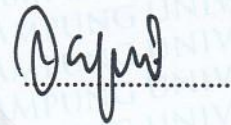
1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Suripto, S.Sos., M.A.B.**



Sekretaris : **Rialdi Azhar, S.E., M.S.A., Ak., CA.** .....

Penguji : **Damayanti, S.A.N., M.A.B.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Dr. Svarief Makhya**  
NIP. 19590803 198603 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **06 Agustus 2018**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi Laporan akhir ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana / Ahli Madya), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandarlampung, 06 Agustus 2018  
Yang membuat pernyataan,



Reni Susilawati  
NPM. 1416051098

## RIWAYAT HIDUP



Penulis Lahir di Bukit Batu, Waykanan, pada tanggal 29 Mei 1996, sebagai anak kedua dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Royani dan Ibu Rismawati. Latar belakang pendidikan yang ditempuh penulis yaitu Sekolah Dasar di SDN 1 Kampung Baru Bandar Lampung dan diselesaikan pada tahun 2008, Sekolah Menengah Pertama di SMPN 8 Bandar Lampung dan diselesaikan pada tahun 2011, kemudian penulis melanjutkan pendidikan Sekolah menengah Atas di SMAN 9 Bandar Lampung dan diselesaikan pada tahun 2014.

Pada tahun 2014, penulis terdaftar sebagai mahasiswi Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis , Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN). Selama menjadi mahasiswi penulis aktif di Organisasi Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Administrasi Bisnis FISIP UNILA. Penulis pernah bertugas sebagai Surveyor di Bank Indonesia pada tahun 2017. Penulis melakukan pengabdian masyarakat dalam Kuliah Kerja Nyata (KKN) periode satu tahun 2017 di desa Sendang Retno, Kecamatan Sendang Agung, Kabupaten Lampung Tengah, Provinsi Lampung.



## MOTTO

“Tidak ada yang tidak mungkin jika kita percaya dengan kekuatan doa”

“Tidak ada pekerjaan yang berat. Berat atau ringan hanyalah ada dalam pikiran kita saja”.

(Merry Riana)

“Sabar bukan tentang berapa lama kau bisa menunggu, melainkan tentang bagaimana perilakumu saat menunggu”.

(Anonim)

“Trau lieber deiner Kraft als deinem Glück”.

(Publilius Syrus)

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, Dengan Mengucapkan Puji Dan Syukur Kehadirat Allah SWT.

Atas Berkah, Nikmat, Rezeki, dan Karunia-Nya,

Karya Ini Kupersembahkan Kepada :

Kedua Orang Tuaku Tercinta, Papa dan Mama yang Telah Membesarkanku,

Mendidik dan Membimbingku, Selalu Memberikan Cinta dan

Kasih Sayang yang Tiada Habisnya yang Selalu Menjadi Motivasi

Terbesarku Selama Ini.

Keluarga Besar dan Sahabat-Sahabatku Tercinta

Dosen Pembimbing dan Penguji yang Sangat Berjasa

Almamater Tercinta

## SANWACANA

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Firm Size*, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016)”**. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa selama proses penulisan dan penyusunan skripsi ini mendapatkan bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Syarief Makhya, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Bapak Drs. Susetyo, M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Drs. Denden Kurnia Drajat, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Keuangan dan Umum Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

4. Bapak Drs. Dadang Karya Bhakti, M.M. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Bapak Ahmad Rifa'i, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung dan selaku dosen penguji. Terimakasih atas bimbingan dan arahan yang diberi semasa perkuliahan dan proses bimbingan skripsi.
6. Bapak Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc, selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Terimakasih atas ajaran, bimbingan, motivasi yang diberi semasa perkuliahan dan diluar perkuliahan.
7. Ibu Mertayana, selaku staff jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang telah membantu kelancaran hingga selesai.
8. Bapak Dr. Suripto, S.Sos., M.A.B selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah banyak meluangkan waktu, bimbingan, motivasi, dukungan, arahan, masukan, nasihat, saran dan kritik serta memberikan banyak pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Bapak Rialdi Azhar, S.E., MSA., AK., CA. selaku Dosen Pembimbing Pembantu yang telah banyak meluangkan waktu, bimbingan, motivasi, dukungan, arahan, masukan, nasihat, saran dan kritik serta memberikan banyak pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
10. Ibu Damayanti, S.A.N., M.A.B. selaku Dosen Pembahas dan Pembimbing Akademik yang telah banyak meluangkan waktu, motivasi, dukungan,

arahan, masukan, nasihat, saran dan kritik serta memberikan banyak pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

11. Ibu Mertayana selaku staff Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang selalu sabar memberikan arahan dan informasi mengenai proses bimbingan skripsi sampai terselesaikannya skripsi ini.
12. Seluruh dosen dan staff Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas pengajaran dan ilmu yang telah diberikan selama ini kepada penulis.
13. Teristimewa untuk kedua Orang Tuaku tercinta. Papa dan Mama terimakasih selama ini telah membesarkanku dengan rasa cinta dan kasih sayang yang tidak ada batasnya, mengajarkanku banyak hal, memberikan motivasi, semangat, serta kepercayaan kepada penulis selama proses menyelesaikan skripsi ini dan senantiasa mendoakan agar penulis menjadi anak yang sukses dan berguna bagi keluarga, agama dan negara.
14. Teteuku tersayang, Novilia Hernita yang selalu memberikan dorongan motivasi kepadaku untuk selalu berusaha sampai batas kemampuan terakhir.
15. Keluarga besar papa dan mama, terimakasih selalu memberiku doa dan motivasi selama saya menempuh perkuliahan.
16. Untuk Mufida Riani, terimakasih telah menjadi sahabat terbaik hingga sekarang. Terimakasih selalu membantu dan memberi semangat satu sama lain agar dapat selalu bersama sampai skripsi ini selesai. Sukses bareng-bareng ya bat.

17. Untuk sahabat-sahabatku tercinta terkasih tersayang Mufida Riani, Mutiara Kurnia, Desi Kurnia, Allfrandi Riskan, Godho Supriadi, M. Andre Raka dan Mahmud Arifudin, terimakasih telah membantu, selalu menemani selama masa perkuliahan, meluangkan waktu, saling memberikan semangat dan saling mendoakan dalam penyelesaian skripsi ini. Kurang-kurangnya julidnya sama pancenya ya woy haha. Semoga kita bisa menggapai kesuksesan kita masing-masing. See you on top.
18. Rekan-rekan seperjuangan Ilmu Administrasi Bisnis 2014, Finky, Monica, Depi, Annisa meutia, Laras, Mba Mei, Mba Fitria, Mba Septi, Jepi, Mahardhika, Fadjar, Wahyu, dll. Terima kasih atas pengalaman dan kisah yang telah kalian berikan dan semoga kita dapat bertemu lagi dikemudian hari dengan membawa kesuksesan kita untuk membanggakan orang-orang disekitar.
19. Sahabat-sahabat SMA ku tersayang, Della Agusta dan Mertalia serta kawan-kawan di kelas XII IPS 3 2014. Terima kasih atas motivasi, dukungan semangat dan doa dari kalian, semoga kita sukses semua.
20. Keluarga KKN Kampung Sendang Retno, Kecamatan Sendang Agung, Kabupaten Lampung Tengah, Audy, Della, Ina, Agro, Mus dan Rama. Terima kasih untuk kalian atas kebersamaan, kekompakan, kekeluargaan, motivasi, dukungan dan doanya, semoga kita sukses, bisa kumpul lagi dan tetap terjaga kekeluargaan kita setelah 40 hari bersama.
21. Adik-adikku Ilmu Administrasi Bisnis 2015, 2016, dan 2017. Buat kalian semangat terus kuliahnya dan lekas gapai impian kalian.

22. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang membantu saya selama kuliah maupun dalam menyelesaikan skripsi ini.

23. Almamater tercinta Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 26 Juli 2018

Penulis

Reni Susilawati

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>v</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1. Landasan Teori .....	11
2.1.1 Teori Legitimasi ( <i>Legitimacy Theory</i> ) .....	11
2.1.2 Teori Keagenan ( <i>Agency Theory</i> ).....	12
2.1.3 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	14
2.1.4 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	19
2.1.5 <i>Firm Size</i> .....	23
2.1.6 Profitabilitas .....	24
2.1.7 <i>Leverage</i> .....	25
2.2. Penelitian Terdahulu.....	26
2.3. Kerangka Pemikiran .....	30
2.4. Hipotesis.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>36</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	36
3.2. Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1 Populasi .....	36
3.2.2 Sampel .....	37
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	38
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	39
3.5. Definisi Konseptual Variabel .....	39
3.6. Definisi Operasional Variabel .....	42
3.7. Teknik Analisis Data .....	43



3.7.1 Uji Statistik Deskriptif.....	43
3.7.2 Analisis Regresi Model Panel Data.....	44
3.7.3 Pengujian Model.....	47
3.7.4 Pengujian Hipotesis.....	49
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	55
4.1.1 PT. Adaro Energy Tbk (ADRO).....	55
4.1.2 PT. Aneka Tambang Tbk (ANTAM).....	56
4.1.3 PT. Bumi Resources Tbk (BUMI).....	58
4.1.4 PT. Golden Energy Mines Tbk (GEMS).....	60
4.1.5 PT. Vale Indonesia Tbk (INCO).....	61
4.1.6 PT. Indo TambangRaya Megah Tbk (ITMG).....	62
4.1.7 PT. Bukit Asam (Persero) Tbk (PTBA).....	64
4.1.8 PT. Timah (Persero) Tbk (TINS).....	65
4.2 Hasil Analisis Data.....	67
4.2.1 Hasil Analisis Data Deskriptif.....	67
4.2.2 Hasil Regresi Model Panel Data.....	70
4.2.2.1 Uji <i>Chow Test</i> .....	70
4.2.2.2 Uji <i>Hausman Test</i> .....	74
4.2.3 Interpretasi Model.....	76
4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	77
4.2.4.1 Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	77
4.2.4.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	78
4.2.4.3 Uji Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ).....	79
4.3 Pembahasan.....	80
4.3.1 Pengaruh <i>Firm Size</i> Terhadap Pengungkapan CSR.....	80
4.3.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR.....	82
4.3.3 Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Pengungkapan CSR.....	85
4.3.4 Pengaruh <i>Firm Size</i> , Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Terhadap Pengungkapan CSR.....	88
4.4 Keterbatasan Penelitian.....	90
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>91</b>
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	92

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3.1 Daftar Sampel Penelitian .....	38
Tabel 3.2 Definisi Operasional variabel.....	43
Tabel 3.3 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	54
Tabel 4.1 Hasil Analisis Data Deskriptif .....	68
Tabel 4.2 Hasil Statistik <i>Pooled Least Square</i> atau <i>Common Effect</i> .....	71
Tabel 4.3 Hasil Pengujian <i>Fixed Effect Model</i> .....	72
Tabel 4.4 Hasil Uji <i>Chow Test</i> atau Uji <i>Likelihood Ratio</i> .....	73
Tabel 4.5 Hasil Pengujian <i>Random Effect Model</i> .....	74
Tabel 4.6 Hasil Uji Hausman .....	75
Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Uji T .....	78
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Uji F .....	78
Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Uji $R^2$ .....	79

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Jumlah Perusahaan yang Melakukan Pengungkapan.....	5
Gambar 2.1 Piramida <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	17
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 2.3 Model Penelitian .....	33

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Indikator Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial .....	99
Lampiran 2 Tabel Perhitungan <i>Firm Size</i> .....	104
Lampiran 3 Tabel Perhitungan Profitabilitas .....	106
Lampiran 4 Tabel Perhitungan <i>Leverage</i> .....	108
Lampiran 5 Tabel Perhitungan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial .....	110
Lampiran 6 Tabel Perhitungan <i>Firm Size</i> , Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan CSR ....	111
Lampiran 7 Analisis Statistik Deskriptif.....	112
Lampiran 8 Uji <i>Pooled Least Square</i> atau <i>Common Effect</i> .....	113
Lampiran 9 Uji <i>Fixed Effect</i> .....	114
Lampiran 10 Uji <i>Random Effect</i> .....	115
Lampiran 11 Uji <i>Chow Test (Common vs Fixed Effect)</i> .....	116
Lampiran 12 Uji Hausman ( <i>Fixed Effect vs Random Effect</i> ).....	117
Lampiran 13 Tabel T.....	118
Lampiran 14 Tabel F.....	119

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kenyataan bahwa keberadaan perusahaan di lingkungan masyarakat hampir membawa dampak negatif, meskipun memiliki manfaat untuk kesejahteraan dan pembangunan. Beberapa kasus berskala nasional dan internasional, seperti *global warming*, pencemaran, radiasi serta munculnya berbagai penyakit mematikan akibat infeksi bahan kimia adalah sederetan *excess negative externalities* industrialisasi (Hadi, 2011). *Negative externalities* dapat diartikan sebagai biaya yang harus ditanggung/manfaat tidak langsung yang diberikan dari suatu pihak akibat aktivitas ekonomi, dengan kata lain berdampak bagi orang lain yang tidak menerima kompensasi dan sifatnya merugikan. Jika diamati *excess negative externalities* industrialisasi tersebut, tidak adil jika masyarakat harus menanggung dampak sosial dan lingkungan. Menurut Nur dan Priantinah (2012) adanya dampak pada lingkungan yang diakibatkan oleh kegiatan perusahaan menimbulkan kesadaran masyarakat bahwa perusahaan wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (Selanjutnya ditulis CSR). Oleh karena itu perusahaan disamping memiliki kewajiban mempertahankan aspek keuangan, juga harus memperhatikan aspek sosial atau CSR.

Perusahaan yang aktivitasnya mengeksplorasi sumber daya alam secara langsung dapat berdampak negatif terhadap lingkungan, salah satu sektor industri yang kegiatannya mengeksplorasi sumber daya alam dan berdampak langsung terhadap lingkungan adalah sektor pertambangan. Sektor pertambangan sebenarnya memiliki kontribusi besar terhadap berbagai aspek, mulai dari penanaman modal asing (PMA), penanaman modal dalam negeri (PMDN), kegiatan ekspor, penerimaan devisa, pendapatan negara, dan produk domestik bruto (Mulyono, 2013). Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) menilai perusahaan pertambangan sangat berkontribusi besar terkait dengan kerusakan alam yang terjadi di kawasan Indonesia (Munir, 2014).

Beberapa kasus pencemaran lingkungan dari limbah perusahaan pertambangan yang dapat menimbulkan *social cost* jangka panjang dan ditanggung oleh masyarakat salah satunya peristiwa yang terjadi pada PT Adaro Energy Tbk sekitar bulan Oktober 2009, dimana dalam peristiwa ini ikan-ikan yang dibudidayakan oleh masyarakat di Kabupaten Balangan mati akibat tercemarnya sungai Balangan sehingga mengakibatkan kerugian materi yang ditaksir hingga miliaran rupiah (Yanti dan I Gusti, 2016). Kasus selanjutnya yaitu kasus PT Freeport yang berkepanjangan, salah satu peristiwa yang terjadi yaitu pada tanggal 23 Maret 2006, Kementerian Lingkungan Hidup mempublikasikan temuan pemantauan dan penataan kualitas lingkungan di wilayah penambangan PT Freeport Indonesia. Hasilnya, Freeport dinilai tak memenuhi batas air limbah dan telah mencemari air laut dan biota laut (Hadi, 2011). Dengan adanya peristiwa tersebut maka perlu adanya sebuah implementasi dari perusahaan yang berdampak positif yang disebut dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Pelaksanaan

tanggung jawab sosial perusahaan adalah bagian dari peran perusahaan kepada *stakeholders* (Utama, 2010).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tanggung jawab sosial perusahaan juga harus berpijak pada *triple bottom lines*, yang artinya memperhatikan masalah sosial, ekonomi dan lingkungan (Daniri, 2008).

Menurut *World Business Council for Sustainable Development* dalam Moir (2001) mendefinisikan CSR sebagai berikut :

*“CSR is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.”*

Berdasarkan definisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan harus dapat berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi, beriringan dengan meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan kebutuhan *stakeholder*, kemudian berkomunikasi dan berinteraksi dengan para *stakeholder*.

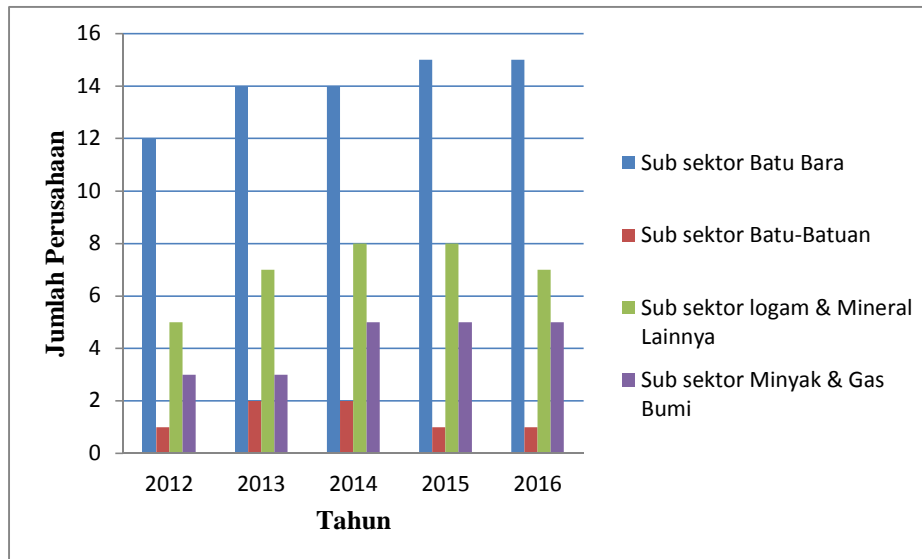
Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR di dalam laporan keuangan perusahaan telah diatur oleh pemerintah. Pemerintah mengeluarkan regulasi terhadap kewajiban praktik dan pengungkapan CSR di dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007. Pasal 66 ayat (2) bagian C menyebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga

diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pasal 74 ayat (1) menyebutkan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Kurniati dan Rahmatullah, 2011). Aturan diatas telah menegaskan akan pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan di Indonesia. Walaupun demikian, terdapat perbedaan pengungkapan tanggung jawab sosial di tiap perusahaan. Hal ini karena dampak sosial yang ditimbulkan oleh masing-masing perusahaan tidak selalu sama, mengingat banyak faktor yang membedakan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya sekalipun mereka berada dalam satu jenis usaha yang sama (Veronica, 2009).

Meski telah ditetapkan peraturan-peraturan yang mengatur pelaksanaan dan pelaporan CSR, namun peraturan-peraturan tersebut tidak memberikan pedoman khusus mengenai bagaimana dan informasi apa saja yang harus dilaporkan oleh perusahaan mengenai pelaksanaan CSR, sehingga pengungkapan yang memadai terkait dengan kegiatan CSR masih dirasa kurang. Selama ini pengungkapan mengenai kegiatan CSR hanya berlatar kebutuhan perusahaan untuk membentuk *image* bahwa dalam pandangan *stakeholder* perusahaan memiliki kepedulian terhadap lingkungan sosial dan lingkungan hidup. Selain itu, apa yang dilaporkan dan diungkapkan sangat beragam, sehingga menyulitkan pembaca laporan tahunan untuk melakukan evaluasi (Utama, 2010). Hingga kini belum terdapat kesepakatan standar CSR yang dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dalam menyiapkan laporan CSR (Jalal, 2007). Berikut adalah grafik yang menunjukkan



perkembangan jumlah perusahaan pertambangan yang melakukan pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial selama periode 2012-2016.



Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) data diolah (2017)

**Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Perusahaan Pertambangan yang Melakukan Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial periode 2012-2016**

Seperti yang terlihat pada gambar 1.1 dari total 31 perusahaan pertambangan yang memiliki *annual report* lengkap hanya sebagian dari perusahaan pertambangan yang melakukan pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial dalam periode 2012-2016. Pada tahun 2012 hanya 21 perusahaan pertambangan yang melakukan pengungkapan informasi sosial, diantaranya ada pada sub sektor batu bara yaitu sebanyak 12 perusahaan, sub sektor batu-batuan terdapat 1 perusahaan, sub sektor logam dan mineral lainnya hanya terdapat 5 perusahaan dan yang terakhir sub sektor minyak dan gas bumi terdapat 3 perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi sosial. Pada tahun 2013 terdapat 26 perusahaan yang

melakukan pengungkapan informasi sosial, pengungkapan informasi sosial tertinggi ada pada sub sektor batu bara yaitu sebanyak 14 perusahaan. Pada tahun 2014 dan 2015 sebanyak 29 perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi sosial. Perbedaan yang terjadi pada tahun 2014 dan 2015 ada pada sub sektor batu bara yaitu sebanyak 14 perusahaan ditahun 2014 dan 15 perusahaan di tahun 2015. Penurunan terjadi pada tahun terakhir yaitu tahun 2016 sebanyak 28 perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial. Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa dari tahun 2012-2016 belum semua perusahaan yang sadar akan pentingnya melakukan pengungkapan informasi pertanggung jawaban sosial, padahal sejumlah penelitian berpendapat bahwa perusahaan dapat memperoleh peluang bisnis sebagai keunggulan kompetitif dari strategi CSR (Mackey, dkk *dalam* Frynas, 2009).

Penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak dilakukan, baik di dalam maupun di luar negeri. Penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996); Sembiring (2005); Anggraeni (2006); Wijaya (2012); Yanti dan I Gusti Ayu (2016) menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Faktor-faktor yang menjadi variabel dalam penelitian tersebut adalah *firm size*, profitabilitas dan *leverage*.

*Firm size* atau ukuran perusahaan dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi dibandingkan

perusahaan kecil. Akan tetapi tidak semua penelitian mendukung hubungan antara *firm size* perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

Faktor lainnya yang diduga dapat mempengaruhi pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan adalah profitabilitas. Dalam keterkaitan profitabilitas Amran dan Devi (2008) menyatakan bahwa suatu perusahaan yang memiliki profit besar harus aktif melakukan CSR. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSR. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosial.

*Leverage* merupakan pengukur besarnya aktiva yang dibiayai dengan hutang. Hutang yang digunakan untuk membiayai aktiva berasal dari kreditor, bukan dari pemegang saham ataupun investor. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mempengaruhi tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Brigham dan Houston (2006) menyatakan bahwa seberapa jauh perusahaan menggunakan hutang (*financial leverage*) akan memiliki implikasi penting, salah satunya adalah dengan memperoleh dana melalui hutang, para pemegang saham dapat mempertahankan kendali mereka atas perusahaan tersebut dengan sekaligus membatasi investasi yang mereka berikan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2012) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial di BEI pada tahun 2008-2010. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Wijaya

(2012) terletak pada pengurangan variabel, sampel dan tahun penelitian. Untuk penelitian ini digunakan variabel *firm size*, profitabilitas dan *leverage*, sedangkan penelitian Wijaya (2012) menambahkan satu variabel yaitu pengaruh kinerja lingkungan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2016, sedangkan penelitian Wijaya (2012) menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2008-2010. Peneliti memilih pengungkapan informasi pertanggung jawaban sosial pada perusahaan pertambangan karena peneliti menganggap perusahaan pertambangan merupakan salah satu perusahaan yang memberikan dampak negatif kepada lingkungan.

Berdasarkan uraian latar belakang dan penelitian terdahulu, penelitian ini bertujuan untuk memverifikasi ulang hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh *firm size*, profitabilitas dan *leverage* terhadap praktek pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh *Firm Size*, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2016).** ”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang permasalahan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *firm size* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial ?

2. Apakah profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial ?
3. Apakah *leverage* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial ?
4. Apakah *firm size*, profitabilitas dan *leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial?

## 1.2 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *firm size* terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial.
3. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial.
4. Untuk mengetahui pengaruh *firm size*, profitabilitas dan *leverage* secara simultan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial.

## 1.4 Manfaat Penelitian :

1. Bagi perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya terhadap lingkungan sosial.

2. Bagi investor, dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan tahunan sehingga dijadikan sebagai acuan untuk pembuatan keputusan investasi.
3. Bagi masyarakat, dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan mengenai informasi sosial yang diungkapkan oleh perusahaan.
4. Bagi akademisi, dapat memberikan tambahan wawasan ilmu pengetahuan dan sekaligus landasan untuk melakukan penelitian-penelitian lanjutan di masa yang akan datang.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)**

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Hadi, 2011). Donovan (2000) berpendapat bahwa legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian legitimasi merupakan manfaat atau sumberdaya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).

Menurut Haniffa *et al.*, dalam Sayekti dan Wondabio ( 2007) menyatakan bahwa dalam teori legitimasi perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice* dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaannya. Oleh karena itu perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat

dan lingkungan dimana perusahaan tersebut menjalankan setiap aktivitasnya. Sejalan dengan karakternya yang berdekatan dengan ruang dan waktu, legitimasi mengalami pergeseran bersamaan dengan perubahan dan perkembangan lingkungan dan masyarakat dimana perusahaan berada (Dowling *dalam* Hadi, 2011). Perubahan nilai dan norma sosial dalam masyarakat sebagai konsekuensi berkembang peradaban manusia, juga menjadi motivator perubahan legitimasi perusahaan disamping juga dapat menjadi tekanan bagi legitimasi perusahaan (Lindblom *dalam* Hadi, 2011).

Legitimasi mengalami pergeseran sejalan dengan pergeseran masyarakat dan lingkungan. Perusahaan harus dapat menyesuaikan perubahan tersebut baik produk, metode dan tujuan. Deegan, Robin dan Tobin *dalam* Hadi (2011) menyatakan legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai (*congruent*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam.

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

Teori keagenan mengarah pada hubungan agensi, pemilik (*principal*) yang memberi mandat pada pekerja (*agent*). *Agency Theory* menjelaskan mengenai hubungan agensi dengan menggunakan metamorfosa dari sebuah kontrak (Ikhsan dan Suprasto, 2008 *dalam* Dewi dan Maswar, 2013). Di dalam *agency theory*, pemegang saham (*principal*) merupakan pemilik perusahaan dan memiliki hak kepemilikan terhadap laba yang dihasilkan oleh perusahaan, sementara itu para



manajer merupakan agen yang bertindak untuk kepentingan pemilik perusahaan. Pemegang saham secara mutlak akan sepakat bahwa mereka lebih menyukai maksimalisasi laba yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian, jika manajemen tidak melakukan maksimalisasi laba maka pasar akan melakukan koreksi terhadap manajemen perusahaan, misalnya dengan mengganti manajer (Dewanta, 2011).

Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Maka tak jarang terjadi konflik kepentingan antara pemilik dan agen karena kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan prinsipal, sehingga memicu biaya keagenan (*agency cost*). Pemegang saham sebagai prinsipal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan, sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut.

Di dalam hubungan keagenan, terdapat 3 faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi yaitu biaya pengawasan (*monitoring costs*), biaya kontrak (*contracting cost*) dan visibilitas politis. Perusahaan melakukan pengungkapan informasi tanggungjawab sosial dengan tujuan untuk membangun *image* pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Perusahaan memerlukan biaya dalam rangka untuk memberikan informasi pertanggung jawaban sosial, sehingga laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah. Ketika perusahaan menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah dan visibilitas politis yang tinggi akan cenderung untuk mengungkapkan

informasi pertanggungjawaban sosial. Jadi pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan berhubungan positif dengan kinerja sosial, kinerja ekonomi dan visibilitas politis, sedangkan pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan berhubungan negatif dengan biaya kontrak dan pengawasan (Belkaoui dan Karpik, 1989 *dalam* Anggraeni, 2006).

Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba bersih lebih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen (salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat) (Anggraeni, 2006). Kemudian, sebagai wujud pertanggungjawaban, manajer sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak prinsipal, dalam hal ini adalah pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

### **2.1.3 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Sampai saat ini belum adanya kesatuan bahasa terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), namun secara empiris tanggung jawab sosial perusahaan ini telah diterapkan oleh perusahaan dalam berbagai bentuk kegiatan yang didasarkan atas kesukarelaan (*voluntary*). CSR tersebut dilakukan dengan motivasi yang beragam, tergantung pada sudut pandang dan bagaimana memaknai CSR itu sendiri (Azheri, 2011).

Ebert (2003) *dalam* Pratiwi (2012) mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai usaha perusahaan untuk menyeimbangkan komitmen-komitmennya terhadap kelompok-kelompok dan individual-individual dalam

lingkungan perusahaan tersebut, termasuk didalamnya adalah pelanggan, perusahaan-perusahaan lain, para karyawan, dan investor. ISO 26000 menyatakan bahwa CSR adalah tanggung jawab suatu perusahaan atas dampak dari berbagai keputusan dan aktivitas mereka terhadap masyarakat dan lingkungan melalui suatu perilaku yang terbuka dan etis, yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memerhatikan ekspektasi para pemangku kepentingan, tunduk kepada hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma perilaku internasional dan diintegrasikan ke dalam seluruh bagian organisasi.

Ranah tanggung jawab sosial perusahaan mengandung dimensi yang sangat luas. Untuk itu, dalam rangka memudahkan pemahaman dan penyederhanaan, banyak ahli mencoba menggarisbawahi prinsip dasar yang terkandung dalam tanggung jawab sosial perusahaan. David (2008) dalam Hadi (2011) menguraikan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial menjadi tiga yaitu:

1. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya dimasa depan. Dengan demikian, *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi masa datang.
2. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas akan dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan.

3. *Transparency*, merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang disebut juga CSR, secara teoritis masih mengalami kontradiksi. Salah satu definisi CSR yang terkenal adalah yang diungkapkan oleh Carrol (1991). Carrol (1991) mendefinisikan CSR kedalam 4 bagian yaitu :

1. Tanggung jawab ekonomi (*economic responsibilities*).
2. Tanggung jawab hukum (*legal responsibilities*).
3. Tanggung jawab etis (*ethical responsibilities*).
4. Tanggung jawab filantropis (*philanthropic responsibilities*).

Carrol menggambarkan keempat bagian CSR itu kedalam sebuah model piramida (gambar 2.1). Piramida CSR dimulai dengan tanggung jawab ekonomi sebagai dasar untuk tanggung jawab yang lain. Pada saat yang sama perusahaan diharapkan untuk mematuhi hukum, karena hukum adalah kodifikasi yang dapat diterima masyarakat atas perilaku yang dapat diterima dan yang tidak dapat diterima. Lebih lanjut perusahaan harus bertanggungjawab secara etis. Piramida yang terakhir, perusahaan diharapkan untuk menjadi warga perusahaan yang baik (*good corporate citizen*).



*Sumber : Carrol (1991)*

### **Gambar 2.1 Model Piramida *Corporate Social Responsibility***

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR dimaksudkan untuk mendorong dunia usaha lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya agar tidak berpengaruh atau berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan hidupnya. Pada akhirnya dunia usaha akan dapat bertahan secara berkelanjutan untuk memperoleh manfaat ekonomi yang menjadi tujuan dibentuknya dunia usaha (Lesmana, 2007 dalam Iryanie, 2009).

Definisi tanggung jawab sosial perusahaan memang sangat beragam, karena setiap perusahaan memaknainya berbeda-beda sesuai dengan strategi dan tujuan yang ingin dicapai perusahaan. Secara garis besar CSR merupakan tanggung jawab sosial yang sudah seharusnya dilakukan perusahaan selaku entitas bisnis untuk memperhatikan kesejahteraan lingkungan sekitar yang langsung maupun tidak langsung terkena dampak dari operasi perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat memberikan berbagai manfaat potensial bagi perusahaan. Menurut Muljati (2012) terdapat beberapa manfaat dalam CSR antara lain :

1. Meningkatkan citra perusahaan

Dalam melakukan kegiatan CSR, konsumen dapat lebih mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan yang baik bagi masyarakat.

2. Memperkuat *brand* perusahaan

Melalui kegiatan CSR memberikan pengetahuan kepada konsumen dengan cara membagikan produk secara gratis, dapat menimbulkan kesadaran konsumen akan keberadaan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan posisi *brand* perusahaan.

3. Mengembangkan kerja sama dengan para pemangku kepentingan

Dalam melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan tentunya tidak mampu mengerjakan sendiri dan harus dibantu dengan para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, dan universitas lokal. Maka perusahaan dapat membuka relasi yang baik dengan para pemangku kepentingan.

4. Membedakan perusahaan dengan pesaingnya

Jika CSR dilakukan sendiri oleh perusahaan, perusahaan mempunyai kesempatan menonjolkan keunggulan dibidang sosial, sehingga dapat membedakannya dengan pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang sama.

5. Menghasilkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan

Memilih kegiatan CSR yang sesuai dengan kegiatan utama perusahaan memerlukan kreativitas, merencanakan CSR secara konsisten dan berkala dapat memicu inovasi dalam perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam bisnis global.

#### 6. Membuka investasi dan pembiayaan perusahaan

Para investor saat ini telah mempunyai kesadaran akan pentingnya berinvestasi pada perusahaan yang telah melakukan CSR. Demikian juga penyediaan dana seperti perbankan lebih memprioritaskan pemberian bantuan dana pada perusahaan yang melakukan CSR.

#### 7. Meningkatkan harga saham

Pada akhirnya jika perusahaan rutin melakukan kegiatan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, masyarakat bisnis (investor, kreditor dan lainnya), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan lebih mengenal perusahaan. Maka permintaan terhadap saham perusahaan akan naik dan optimis harga saham perusahaan juga akan meningkat.

### **2.1.4 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Pengungkapan mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha (Ghozali dan Chariri, 2007). Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh laporan keuangan. Secara umum, tujuan pengungkapan adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan

keuangan dan melayani berbagai pihak yang mempunyai kepentingan berbeda (Suwardjono, 2005).

*Securities Exchange Comitee (SEC)* menuntut lebih banyak pengungkapan karena pelaporan keuangan mempunyai aspek sosial dan publik (*public interest*). Oleh karena itu, pengungkapan dituntut lebih dari sekedar pelaporan keuangan, tetapi meliputi pula penyampaian informasi kualitatif dan kuantitatif, baik yang pengungkapan wajib (*mandatory*) maupun pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) (Chrismawati , 2007).

Informasi yang dimuat dalam laporan tahunan ada dua jenis. Jenis informasi yang pertama adalah laporan tahunan dengan pengungkapan wajib yaitu pengungkapan informasi yang wajib diberitahukan sebagaimana diatur dalam ketentuan Bapepam No. : Kep-38/PM/1996 tgl 17 Januari 1996. Jenis yang kedua adalah laporan tahunan dengan pengungkapan sukarela yaitu pengungkapan informasi diluar pengungkapan wajib yang diberikan dengan sukarela oleh perusahaan para pemakai (Yulianto dan Chariri, 2003 *dalam* Mahdiyah, 2008). Salah satu bagian dari pengungkapan sukarela yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan seringkali dilakukan secara sukarela oleh perusahaan. Ada berbagai motivasi yang mendorong manajer secara sukarela mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan. Menurut Deegan (2002) *dalam* Ghozali dan Chariri (2007), alasan tersebut antara lain :



1. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang ada dalam undang-undang. Ini sebenarnya bukanlah alasan utama yang ditemukan di berbagai negara karena ternyata tidak banyak aturan yang meminta perusahaan mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan.
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi (*economic rationality*). Atas dasar alasan ini, praktik pengungkapan sosial dan lingkungan memberikan keuntungan bisnis karena perusahaan melakukan “hal yang benar” dan alasan ini mungkin dipandang sebagai motivasi utama.
3. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan. Artinya, manajer berkeyakinan bahwa orang yang memiliki hak tidak dapat dihindari untuk memperoleh informasi yang memuaskan tidak peduli dengan cost yang diperlukan untuk menyajikan informasi tersebut. Namun demikian, kelihatannya pandangan ini bukanlah pandangan dalam kebanyakan organisasi bisnis yang beroperasi dan lingkungan kapitalis.
4. Keinginan untuk mematuhi persyaratan peminjaman. Lembaga pemberi pinjaman sebagai bagian dari kebijakan manajemen risiko mereka sehingga cenderung menghendaki peminjam untuk secara periodik memberikan berbagai item informasi tentang kinerja dan kebijakan sosial dan lingkungannya.
5. Untuk mematuhi harapan masyarakat, barangkali refleksi atas pandangan bahwa kepatuhan terhadap ijin yang diberikan masyarakat untuk beroperasi (atau “kontrak sosial”) tergantung pada penyediaan informasi berkaitan dengan kinerja sosial dan lingkungan.

6. Sebagai konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan. Misalnya, pelaporan mungkin dipandang sebagai respon atas pemberitaan media yang bersifat negatif, kejadian sosial atau dampak lingkungan tertentu, atau barangkali sebagai akibat dari rating yang jelek yang diberikan oleh lembaga pemberi peringkat perusahaan.
7. Untuk manage kelompok *stakeholder* tertentu yang *powerful*.
8. Untuk menarik dana investasi.
9. Untuk mematuhi persyaratan industri, atau *code of conduct* tertentu.
10. Untuk menenangkan penghargaan pelaporan tertentu. Ada berbagai penghargaan yang diberikan oleh beberapa negara kepada perusahaan yang melaporkan kegiatannya termasuk kegiatan yang berkaitan dengan aspek sosial dan dampak lingkungan.

Oleh karena itu, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996) diartikan sebagai suatu proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005).

Indikator pengungkapan tanggung jawab sosial menurut GRI (*Global Report Initiative*) terdiri dari tiga indikator, yaitu indikator kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Dalam semua indikator tersebut terdapat 91 total item tanggung jawab sosial perusahaan (ekonomi 9 item, lingkungan 34 item dan sosial 48 item). Item pengungkapan dalam penelitian ini kemudian dinyatakan

dalam bentuk indeks pengungkapan sosial. Apabila item pengungkapan tersebut ada di dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 1, dan jika item pengungkapan tersebut tidak ada dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 0 (Sembiring, 2005).

### **2.1.5 Firm Size**

Dalam melakukan tindakan pengambilan keputusan investasi perusahaan, seringkali para investor melihat dari besar kecilnya suatu perusahaan yang selanjutnya akan dilakukan penilaian terhadap kinerja keuangan perusahaan tersebut. *Firm size* atau ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan dalam menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi dari pada perusahaan kecil (Sembiring, 2005).

*Firm size* perusahaan bisa didasarkan pada total aktiva (aktiva tetap, tidak berwujud dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar (Cahyonowati, 2003). Pada penelitian ini *firm size* perusahaan dinyatakan dalam total aktiva. Hal ini dapat dilihat dari berbagai penelitian empiris yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh total aktiva hampir selalu konsisten dan secara statistik signifikan. *Firm size* perusahaan yang diukur dengan total aktiva akan ditransformasikan dalam logaritma untuk menyamakan nilai dengan variabel lain karena total aktiva perusahaan nilainya relatif besar dibandingkan variabel-

variabel lain dalam penelitian ini. Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui bahwa semakin besar total aktiva yang dimiliki perusahaan maka akan semakin besar pula tanggung jawab sosial yang harus diungkapkan.

### **2.1.6 Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan kemampuan yang dicapai perusahaan dalam suatu periode tertentu melalui laba dan merupakan indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Secara garis besar, laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan perusahaan (Yanti dan I Gusti, 2016). Profitabilitas yang tinggi, akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSR. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosial (Munif, 2010).

Profitabilitas dapat diukur menggunakan rasio-rasio seperti ROA (*Return on Asset*), ROE (*Return on Equity*) dan NPM (*Net Profit Margin*). Pada penelitian ini profitabilitas dinyatakan dalam ROA. ROA adalah jenis rasio profitabilitas yang mencerminkan laba perusahaan melalui pembagian laba bersih setelah pajak dengan total aktiva perusahaan. Secara teoritis, nilai ROA yang semakin besar mencerminkan kinerja keuangan yang bagus pula dari perusahaan kepada para *stakeholders*-nya dan nantinya para *stakeholders* tentu akan mendorong perusahaan untuk lebih banyak memberikan kontribusi yang positif dan melaporkan segala aktivitas sosialnya secara transparan ke dalam sebuah pengungkapan CSR yang lebih detail dan lebih lengkap. ROA sebagai salah satu rasio profitabilitas

berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan, sehingga hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai profit yang diperoleh perusahaan dengan proksi ROA maka akan semakin banyak pula pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

### **2.1.7 Leverage**

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya, sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat *leverage* perusahaan menggambarkan risiko keuangan perusahaan (Purnasiwi dan Sudarno, 2010). Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Anggraeni, 2006).

*Leverage* dapat diproksikan dengan *debt to total asset ratio* yang diperoleh melalui total hutang dibagi dengan total aset. Rasio ini menekankan pentingnya pendanaan hutang bagi perusahaan dengan jalan menunjukkan persentase aktiva perusahaan yang didukung oleh pendanaan hutang.

## 2.2 Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu yang terkait dengan pengaruh *firm size*, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial telah banyak dilakukan, diantaranya sebagai berikut:

1. Sembiring (2005) melakukan penelitian berjudul “ Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta”. Karakteristik perusahaan dalam penelitian ini terdiri atas *firm size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris dan *leverage*. Penelitian ini menemukan bahwa *firm size*, *profile*, dan ukuran dewan komisaris mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan di bursa efek Jakarta.
2. Anggraini (2006) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta dengan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh secara signifikan terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial dengan arah sesuai yang diprediksi. Penelitian ini tidak berhasil membuktikan pengaruh ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial oleh perusahaan.
3. Siregar dan Rivi (2011) meneliti tentang pengaruh sisi internal dan eksternal perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian sebelumnya melakukan penelitian dengan menggunakan karakteristik pengungkapan tanggung jawab sosial secara menyeluruh, namun dalam

penelitian ini, peneliti mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan yang akan diteliti lebih terspesifikasi pada sisi internal dan eksternal perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2009. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris, kepemilikan saham publik dan kepemilikan institusional secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Secara parsial, ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Secara parsial kepemilikan saham publik dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

4. Pratiwi (2012) meneliti tentang pengaruh tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial dan *Corporate Social Responsibility* dengan kinerja keuangan perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor manufaktur yang telah terdaftar di BEI. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *judgment sampling* yaitu salah satu bentuk dari metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang *representative* sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (*size*), variabel kepemilikan institusional dan kinerja keuangan perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
5. Wijaya (2012) meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris, *leverage*,

profitabilitas dan kinerja lingkungan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan arah positif.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Variabel	Kesimpulan
1	Sembiring (2005)	Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan yang tercatat di bursa efek Jakarta	Pengungkapan tanggung jawab sosial, <i>size</i> , profitabilitas, <i>profile</i> , ukuran dewan komisaris dan <i>leverage</i> .	Penelitian ini menemukan bahwa <i>size</i> , <i>profile</i> , dan ukuran dewan komisaris mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan di bursa efek Jakarta.
2	Anggraini (2006)	Pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan pada perusahaan yang terdaftar di BEJ	Kepemilikan manajemen, <i>leverage</i> , biaya politis, profitabilitas.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh secara signifikan terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial dengan arah sesuai yang diprediksi. Penelitian ini tidak berhasil membuktikan pengaruh ukuran perusahaan, <i>leverage</i> dan profitabilitas terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial



				oleh perusahaan.
3	Siregar dan Rivi (2011)	Pengaruh sisi internal dan eksternal perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	Pengungkapap an tanggung jawab sosial, dewan komisaris, kepemilikan saham publik, kepemilikan institusional	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris, kepemilikan saham publik dan kepemilikan institusional secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Secara parsial, ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Secara parsial kepemilikan saham publik dan kepemilikan institusioanal tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
4	Pratiwi (2012)	Pengaruh tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial dan <i>corporate social responsibility</i> dengan kinerja keuangan perusahaan	ukuran perusahaan ( <i>size</i> ), kepemilikan institusional dan kinerja keuangan perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan ( <i>size</i> ), variabel kepemilikan institusional dan kinerja keuangan perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
5	Wijaya (2012)	Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial pada	Pengungkapap an tanggung jawab sosial, dewan komisaris,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dewan komisaris, <i>leverage</i> ,

		perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	<i>leverage</i> , ukuran perusahaan, profitabilitas, kinerja lingkungan	profitabilitas dan kinerja lingkungan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan arah positif.
--	--	---	---	--

Sumber : Berbagai penelitian terdahulu

Penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Pertentangan hasil penelitian tersebut dapat terjadi karena beberapa alasan seperti perbedaan periode waktu penelitian, interpretasi peneliti terhadap laporan keuangan perusahaan atas variabel yang digunakan maupun perbedaan metode pengujian yang ditempuh oleh peneliti.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Beberapa tahun belakangan ini berkembang pesat suatu konsep dalam aktivitas perusahaan. Konsep tersebut merupakan suatu tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sosial yang sering disebut dengan CSR. CSR merupakan bentuk nyata kepedulian kalangan dunia usaha terhadap lingkungan disekitarnya. Perusahaan menyadari bahwa ujung tombak inovasi dan mendapatkan manfaat dari kegiatan CSR adalah dengan ikut menanggulangi permasalahan sosial dan lingkungan sebagai kegiatan CSR yang diintegrasikan sejak awal ke dalam bisnis

perusahaan. Munculnya konsep CSR tersebut didorong adanya tuntutan dari *stakeholder* untuk meningkatkan kesadaran perusahaan agar lebih memperhatikan kelestarian lingkungan sosial. Hal itu menyebabkan semakin banyak perusahaan yang melakukan kegiatan sosial dan pelestarian lingkungan sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap keseimbangan alam.

Banyak faktor yang mempengaruhi perusahaan untuk mengungkapkan CSR kedalam laporan tahunan perusahaan. Berdasarkan tinjauan pustaka serta beberapa penelitian terdahulu, maka peneliti mengindikasikan faktor *firm size*, profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel independen penelitian yang mempengaruhi pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial sebagai variabel dependen penelitian.

Teori yang mendasari penelitian ini adalah teori agensi dan teori legitimasi. Teori legitimasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Perusahaan juga semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan tersebut menjalankan setiap aktivitasnya. Teori agensi juga berkaitan dengan CSR, dimana sebagai wujud pertanggungjawaban, manajer sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak prinsipal, dalam hal ini adalah pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Melalui variabel *firm size*, profitabilitas dan *leverage* dapat digunakan untuk menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi, sehingga perusahaan

melakukan pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial. Hal tersebut dapat dijelaskan melalui penejelasan sebagai berikut:

a. Pengaruh *Firm Size* Terhadap Pengungkapan CSR

*Firm size* diproksikan dengan total aktiva yang akan ditransformasikan dalam logaritma untuk menyamakan nilai dengan variabel lain. Total aktiva merupakan total kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan yang bisa diukur secara jelas. Semakin besar total aktiva yang dimiliki perusahaan maka akan semakin besar pula tanggung jawab sosial yang harus diungkapkan.

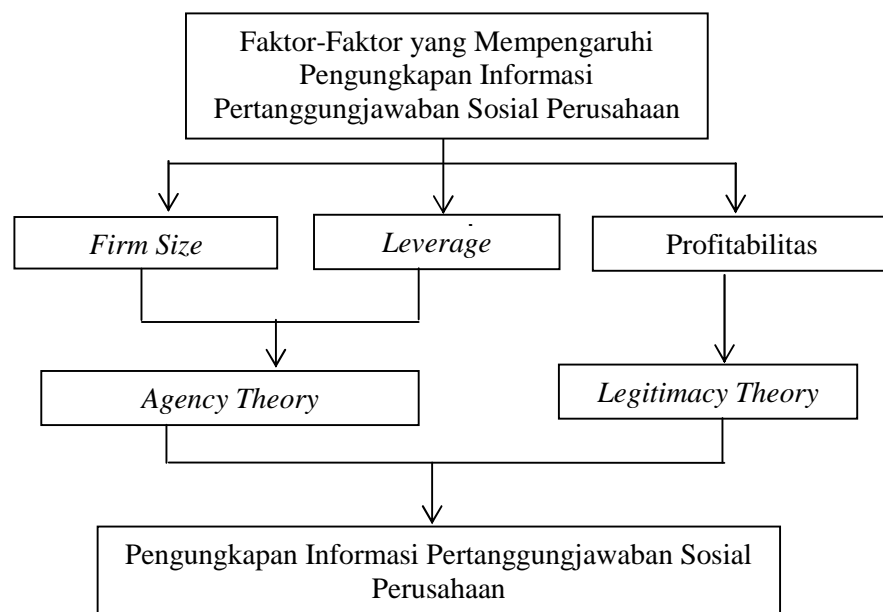
b. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Profitabilitas diproksikan dengan menggunakan rasio ROA (*Return on Asset*). ROA merupakan jenis rasio profitabilitas yang mencerminkan laba perusahaan melalui pembagian laba bersih setelah pajak dengan total aktiva perusahaan. Semakin tinggi laba yang dimiliki perusahaan, maka semakin rendah tingkat pengungkapan CSR karena perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan perusahaan.

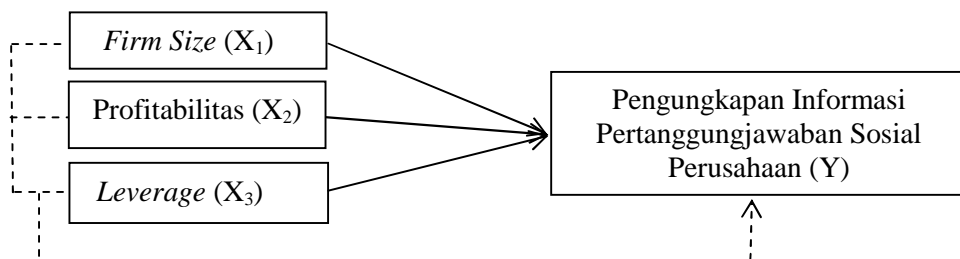
c. Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan CSR

*Leverage* diproksikan dengan menggunakan rasio DAR (*Debt to Total Asset Ratio*). Rasio DAR menekankan pentingnya pendanaan hutang bagi perusahaan dengan jalan menunjukkan persentase aktiva perusahaan yang didukung oleh pendanaan hutang. Semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan maka perusahaan lebih banyak mengungkapkan informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi.

Dari penjelasan tersebut menunjukkan bahwa adanya keterkaitan atau hubungan antara variabel dependen, variabel independen maupun teori-teori yang digunakan. Oleh karena itu, kerangka pemikiran dapat dilihat pada gambar 2.2 dan untuk memperjelas kaitan antar variabel dengan pembagiannya, maka penulis melakukan penggambaran ulang atas model penelitian yang berhubungan antar variabel-variabel, dapat dilihat pada gambar 2.3.



**Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran**



**Gambar 2.3 Model penelitian**

Keterangan:

- = Parsial  
 - - - - - = Simultan

## 2.4 Hipotesis

Menurut Suyanto (2005) hipotesis adalah kesimpulan pendapat yang diperoleh dari pengamatan empiris melalui suatu proses dan kerja metodologis tertentu.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.  $H_{o1}$  : *Firm size* secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016  
 $H_{a1}$  : *Firm size* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016
2.  $H_{o2}$  : Profitabilitas secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016  
 $H_{a2}$  : Profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016
3.  $H_{o3}$  : *Leverage* secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016

- $H_{a3}$  : *Leverage* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016
4.  $H_{04}$  : *Firm size*, profitabilitas dan *leverage* secara simultan berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016
- $H_{a4}$  : *Firm size*, profitabilitas dan *leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2007) metode kuantitatif adalah pendekatan ilmiah yang memandang suatu realitas itu dapat dikualifikasikan, konkrit, teramati dan terukur, hubungan variabelnya bersifat sebab akibat dimana data penelitiannya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik. Dalam penelitian ini, tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* (penelitian penjelasan). *Explanatory research* adalah metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2015). Dengan pertimbangan data yang telah tersedia, maka penelitian ini juga termasuk dalam studi empiris pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dimana perusahaan tersebut telah mengumumkan laporan tahunannya pada tahun 2012 sampai 2016.

### **3.2 Populasi dan Sampel**

#### **3.2.1 Populasi**



Menurut Sugiyono (2012) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. Peneliti memilih perusahaan pertambangan karena peneliti menganggap perusahaan pertambangan merupakan salah satu perusahaan yang memberikan dampak negatif kepada lingkungan, sehingga diperkirakan pengungkapan CSR akan lebih tinggi.

### **3.2.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2012), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jadi sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil untuk keperluan penelitian. Pemilihan sampel ditentukan secara *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan kriteria-kriteria dan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015). Kriteria-kriteria yang dipilih untuk dijadikan sampel adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang bergerak dalam bidang industri pertambangan dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2012-2016.
2. Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia konsisten mengeluarkan dan melaporkan laporan tahunan atau *annual report* dari tahun 2012-2016, serta memuat data-data atau informasi mengenai pengungkapan CSR, maupun variabel independen seperti *firm size*, profitabilitas dan *leverage*.

3. Perusahaan pertambangan yang menerbitkan *sustainability reporting* dari tahun 2012-2016.

Berdasarkan kriteria tersebut maka dari 42 perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016 yang memenuhi kriteria sebagai sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Daftar Sampel Penelitian**

No	Nama Perusahaan	Kode
1	PT Adaro Energy Tbk	ADRO
2	PT Aneka Tambang Tbk	ANTM
3	PT Bumi Resources Tbk	BUMI
4	PT Golden Energy Mines Tbk	GEMS
5	PT Vale Indonesia Tbk	INCO
6	PT Indo Tambangraya Megah Tbk	ITMG
7	PT Bukit Asam(Persero) Tbk	PTBA
8	PT Timah (Persero) Tbk	TINS

Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) data diolah (2017)

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam sebuah penelitian terdiri dari dua, yaitu data sekunder dan data primer. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan diperoleh dari lembaga atau institusi tertentu (Suyanto, 2005). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data historis yang diperoleh dari *annual report* perusahaan di [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data (Sugiyono, 2007). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan memperoleh informasi melalui laporan penelitian, buku-buku, jurnal, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis baik cetak maupun elektronik.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah jenis data penelitian yang berupa: faktur, jurnal-jurnal, memo, atau dalam bentuk laporan program. Data-data yang berasal dari dokumen yang sudah ada sebelumnya. Hal ini dilakukan dengan cara menelusuri dan mencatat informasi yang diperlukan. Sumber dokumentasi penelitian ini diperoleh dari bursa efek Indonesia yang berupa laporan tahunan yang telah dikeluarkan oleh perusahaan pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2016.

### 3.5 Definisi Konseptual Variabel

Definisi konseptual yaitu penegasan penjelasan suatu konsep dengan mempergunakan konsep-konsep (kata-kata) lagi, yang tidak harus menunjukkan sisi-sisi (dimensi) pengukuran (tanpa menunjukkan *descriptor* dan indikatornya dan bagaimana mengukurnya). Definisi konseptual adalah pemikiran tentang

konsep penelitian yang akan dijalankan oleh peneliti. Definisi variabel-variabel dalam penelitian secara konseptual adalah sebagai berikut:

### **3.5.1 Hubungan *Firm Size* Terhadap Pengungkapan CSR**

*Firm size* atau ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan. Hubungan *firm size* dengan tanggung jawab sosial perusahaan menurut Cowen *et al.* (1987) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar akan melakukan lebih banyak aktivitas, memberikan dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, mempunyai lebih banyak pemegang saham yang boleh jadi terkait dengan program sosial perusahaan dan laporan tahunan akan menjadi alat yang efisien untuk menyebarkan informasi ini. Menurut Suwardjono (2005) asumsi dasar yang menghubungkan faktor *size* dan pengungkapan informasi adalah pengungkapan memerlukan *cost*, sehingga perusahaan besar seharusnya lebih mampu menyediakan pengungkapan informasi yang lebih baik. Menurut Teori Agensi perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi dibandingkan perusahaan kecil.

### **3.5.2 Hubungan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR**

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Riset penelitian empiris terhadap hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan sosial perusahaan menghasilkan hasil yang sangat beragam. Menurut Hackston dan

Milne (1996) menemukan tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat profitabilitas dengan pengungkapan informasi sosial. Salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tanggung jawab sosial adalah ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi, perusahaan tidak perlu melaporkan hal-hal yang mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan perusahaan. Sebaliknya pada saat tingkat profitabilitas rendah, perusahaan berharap para pengguna laporan keuangan akan membaca *good news* kinerja perusahaan (Hasibuan, 2001 dalam Zaleha, 2005). Berdasarkan teori legitimasi bahwa dengan adanya laba yang tinggi maka manajemen menganggap tidak perlu mengungkapkan CSR yang luas.

### **3.5.3 Hubungan *Leverage* Terhadap Pengungkapan CSR**

*Leverage* dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan (Sembiring, 2005). Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi.

### **3.6 Definisi Operasional Variabel**

Variabel penelitian adalah batasan pengertian tentang variabel yang didalamnya sudah mencerminkan indikator-indikator yang akan digunakan untuk mengukur variabel yang bersangkutan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### **3.6.1 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)**

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen (Sugiyono, 2007). Keberadaan variabel ini dalam penelitian kuantitatif merupakan variabel yang dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian. Variabel ini disimbolkan dengan variabel “Y”. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

#### **3.6.2 Variabel Bebas (*Independent Variable*)**

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, *predictor*, *antecedent* (Sugiyono, 2007). Keberadaan variabel ini didalam penelitian kuantitatif merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel “X”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Firm size*, Profitabilitas dan *Leverage*.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Pengukuran
Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (Y)	Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan dalam laporan tahunan dapat diukur dengan cara menghitung indeks pengungkapan sosial.	$PS = \frac{\sum \text{item yang diungkapkan oleh perusahaan}}{91 \text{ item}} \times 100\%$
<i>Firm Size</i> (X <sub>1</sub> )	Diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan.	<i>Size</i> = Total Aktiva Perusahaan <i>Size</i> = log natural (Total Aktiva Perusahaan)
Profitabilitas (X <sub>2</sub> )	Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham.	$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Asset}}$
<i>Leverage</i> (X <sub>3</sub> )	Tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya.	$\text{Debt To Asset Ratio} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Ase t}}$

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 3.7.1 Uji Statistik Deskriptif

Menurut Winarno (2015) uji statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi masing-masing variabel yang dilihat dari nilai-nilai berikut ini:

1. *Mean*

*Mean* adalah rata-rata data, diperoleh dengan menjumlahkan seluruh data dan membaginya dengan cacah data.

2. *Median*

*Median* adalah nilai tengah (atau rata-rata dua nilai tengah bila datanya genap) bila datanya diurutkan dari yang terkecil hingga yang terbesar. *Median* merupakan ukuran tengah yang tidak mudah terpengaruh oleh *outlier*, terutama bila disbanding dengan *mean*.

3. *Maximal* dan *Minimal*

*Maximal* dan *minimal* adalah nilai paling besar dan nilai paling kecil dari data.

4. *Std. Deviasi*

*Standard Deviation* adalah ukuran disperse atau penyebaran data. Rumus yang digunakan untuk mencari *Std. Dev* adalah:

$$S = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n-1}} \dots\dots\dots 3.1$$

dengan  $N$  adalah banyaknya observasi dan  $\bar{x}$  adalah mean dari data.

### 3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda Model Panel data

Analisis regresi bertujuan mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih serta menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen yang digunakan. Tujuan utama analisis regresi adalah untuk mendapatkan dugaan dari satu variabel dengan menggunakan variabel lain yang diketahui. Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien regresi untuk masing-



masing variabel independen. Koefisien ini di peroleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan (Ghozali, 2005).

Analisis regresi linear berganda pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *firm size*, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2012-2016. Persamaan model regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots\dots\dots 3.2$$

Keterangan:

Y = Pengungkapan tanggung jawab sosial

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_{1-3}$  = Koefisien

$X_1$  = *Firm Size*

$X_2$  = Profitabilitas

$X_3$  = *Leverage*

e = *Error term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

Berdasarkan strukturnya data ada dua jenis, yaitu data seksi silang (*cross section*) dan data runtut waktu (*time series*). Data *cross section* terdiri atas beberapa banyak objek, dengan beberapa jenis data. Data *time series* biasanya meliputi satu objek, tetapi meliputi beberapa periode. Gabungan antara *cross section* dan *time series* akan membentuk data panel. Ada beberapa keuntungan menggunakan data panel. Pertama data panel yang merupakan gabungan dua data yaitu *cross section* dan *time series* mampu menyediakan data yang lebih banyak sehingga akan

menghasilkan *degree of freedom* yang lebih besar. Kedua, menggabungkan informasi dari data *cross section* dan *time series* dapat mengatasi masalah yang timbul ketika ada masalah penghilangan variabel. Menurut Winarno (2015) menyatakan untuk menentukan model estimasi data panel disesuaikan dengan asumsi yang digunakan:

a. *Pooled Least Square* atau *Common*

Teknik ini menggabungkan antara data *cross section* dan *time series* (*pool data*). Kemudian data gabungan ini diperlakukan sebagai satu kesatuan pengamatan yang digunakan untuk mengestimasi model dengan metode PLS. Data tersebut digunakan untuk membuat regresi. Hasil dari regresi tersebut cenderung akan lebih baik dibandingkan regresi yang hanya menggunakan data *cross section* atau *time series* saja. Rumus estimasi dengan menggunakan *common* sebagai berikut (Djalal, 2006):

$$Y_{it} = \beta_1 + \beta_2 + \beta_3 X_{3it} + \dots + \beta_n X_{nit} + \mu_{it} \dots\dots\dots 3.3$$

b. Model Efek Tetap (*Fixed Effect Model*)

Terdapat variabel-variabel yang tidak semuanya masuk dalam persamaan model memungkinkan adanya *intercept* yang tidak konstan. Dengan kata lain *intercept* ini mungkin berubah untuk setiap individu dan waktu. Dalam pendekatan kuadrat terkecil biasa adalah asumsi *intercept* dan *slope* dari persamaan regresi yang dianggap konstan baik antar daerah maupun antar waktu yang mungkin tidak beralasan. Generalisasi yang secara umum sering dilakukan yaitu dengan memasukkan variabel boneka (*dummy variable*) untuk mengizinkan terjadinya perbedaan nilai parameter yang berbeda-beda antar

unit *cross section*. Pendekatan ini dikenal dengan sebutan model efek tetap (*fixed effect model*). Rumus persamaan model ini sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha_1 + \alpha_2 D_2 + \dots + \alpha_n D_n + \beta_2 X_{2it} + \dots + \beta_n X_{nit} + \mu_{it} \dots\dots\dots 3.4$$

### c. Model Efek Random (*Random Effect Model*)

Bila pada model efek tetap, perbedaan antar individu atau waktu dicerminkan lewat *intercept*, maka pada model efek random, perbedaan tersebut diakomodasikan lewat *error*. Teknik ini juga memperhitungkan bahwa *error* mungkin berkorelasi sepanjang *time series* dan *cross section*. Rumus persamaan pada model ini sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha_1 + \beta_2 X_{2it} + \dots + \beta_n X_{nit} + \epsilon_{it} + \mu_{it} \dots\dots\dots 3.5$$

### 3.7.3 Pengujian Model

Untuk memilih model yang tepat, terdapat beberapa langkah pengujian yang dapat dilakukan untuk menentukan model estimasi yang tepat. Langkah-langkah tersebut adalah dengan menggunakan uji *chow* atau uji F dan uji Hausman. Uji *chow* digunakan untuk memilih apakah model *common effect* atau *fixed effect*. Sedangkan uji hausman digunakan untuk memilih model *fixed effect* atau *random effect*.

#### 1. Uji *Chow-test* (*Common vs Fixed Effect*)

Uji *chow* digunakan untuk mengetahui *common* atau *fixed effect* yang akan digunakan dalam suatu estimasi. Rumus dari uji *chow* adalah:

$$CHOW = \frac{(RRSS - URSS) / (N - 1)}{URSS / (NT - N - K)} \dots\dots\dots 3.6$$

Keterangan:

RRSS : *Restricted Residual Sum Square* (merupakan *Sum of Square Residual* yang diperoleh dari estimasi data panel dengan metode *common*)

URSS : *Unrestricted Residual Sum Square* (merupakan *Sum of Square Residual* yang diperoleh dari estimasi data panel dengan metode *fixed effect*)

N : Jumlah data *cross section*

T : Jumlah data *time series*

K : Jumlah variabel penjelas

Dasar pengambilan keputusan menggunakan *chow-test* yaitu:

- a. Jika nilai *chow* statistik F hitung > F tabel = H<sub>0</sub> ditolak, maka menggunakan model *fixed effect* dan dilanjutkan dengan uji Hausman.
- b. Jika nilai *chow* statistik F hitung < F tabel = H<sub>0</sub> diterima, maka menggunakan model *pooled least square (common)* dan pengujian berhenti sampai disini.

## 2. Uji Hausman

Uji Hausman digunakan untuk memilih antara *fixed effect model* atau *random effect model*. Statistik uji hausman ini mengikuti distribusi statistik *chi square* dengan *degree of freedom* sebanyak k, dimana k adalah jumlah variabel independen. Jika nilai statistik hausman lebih besar dari nilai kritisnya maka model yang tepat adalah model *fixed effect*, sedangkan sebaliknya bila nilai statistik hausman lebih kecil dari nilai kritisnya maka model yang tepat adalah model *random effect*. Rumus untuk uji hausman yaitu:

$$W = X_2 [K] = (b - \hat{\beta})[\text{var}(b) - \text{var}(\hat{\beta})]^{-1} (b - \hat{\beta}) \dots\dots\dots 3.7$$

Keterangan:

.W = Nilai tes *Chi-square* hitung

Hipotesis:

$H_0 = \text{Random Effect Model}$

$H_1 = \text{Fixed Effect Model}$

Dasar pengambilan keputusan menggunakan uji hausman (*random effect vs fixed effect*), yaitu:

- a. Jika nilai statistik hausman lebih besar dari nilai kritisnya atau hasil dari hausman test signifikan, maka  $H_0$  ditolak dan model yang tepat untuk digunakan adalah model *fixed effect*.
- b. Jika nilai statistik hausman lebih kecil dari nilai kritisnya, maka  $H_0$  diterima dan model yang tepat untuk digunakan adalah model *random effect*.

#### **3.7.4 Pengujian Hipotesis**

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh *firm size*, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan pertambangan periode 2012 sampai dengan 2016. Untuk menguji pengaruh variabel independen (X) terhadap (Y) baik secara parsial maupun secara bersama-sama dilakukan dengan Uji statistik (t-test), uji F (F-test), dan koefisien Determinan ( $R^2$ ).

##### **a. Uji t (Uji Parsial)**

Uji t adalah jenis pengujian statistik yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen dapat menerangkan variabel dependen secara individual. Uji t dilakukan dengan tingkat keyakinan 95% dan tingkat kesalahan

analisis ( ) 5%, derajat kebebasan (*degree of freedom*) yang digunakan adalah  $df = n - k$ . Taraf nyata inilah yang akan digunakan untuk mengetahui kebenaran hipotesis. Nilai t dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$t = \frac{\bar{x} - \mu}{s - \sqrt{n}} \dots\dots\dots 3.8$$

Keterangan:

$\bar{x}$  = Rata-rata Hitung Sampel

$\mu$  = Rata-rata Hitung Populasi

$s$  = Standar Deviasi sampel

$n$  = Jumlah Sampel

Formula Hipotesis:

1.  $H_{o1}$  : *Firm size* berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016.

$H_{a1}$  : *Firm size* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016.

2.  $H_{o2}$  : Profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016.

$H_{a2}$  : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016.

3.  $H_{03}$  : *Leverage* berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016.

$H_{a3}$  : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016.

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ , maka variabel independen secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen ( $H_0$  diterima).

Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ , maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen ( $H_a$  diterima).

2. Berdasarkan nilai probabilitas (signifikan) dasar pengambilan keputusan adalah:

Jika probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.

Jika probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

#### **b. Uji F (Uji Simultan)**

Uji statistik F pada dasarnya dilakukan untuk menguji apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen/terikat. Pengujian ini dilakukan dengan uji F pada tingkat keyakinan 95% dan tingkat kesalahan analisis ( $\alpha$ ) = 5% derajat bebas pembilang  $df_1 = (k-1)$  dan derajat bebas penyebut  $df_2 = (n-k)$ ,  $k$  merupakan banyaknya parameter (koefisien) model regresi linier dan  $n$  merupakan jumlah pengamatan. Menurut Ghazali (2005) nilai F dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 k}{1 - \frac{R^2}{n} - k - 1} \dots\dots\dots 3.9$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel  
 k = jumlah variabel bebas  
 R<sub>2</sub> = koefisien determinasi

Pengujian dengan Uji F yang membandingkan antara F<sub>hitung</sub> dengan F<sub>tabel</sub>. Uji ini dilakukan dengan syarat sebagai berikut:

Rumus Hipotesis:

1. Ha<sub>4</sub> : Terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara *firm size*, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Ho<sub>4</sub> : Terdapat pengaruh yang tidak signifikan secara simultan antara *firm size*, profitabilitas, dan *leverage* terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika F hitung < F tabel, maka variabel independen secara simultan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen (H<sub>0</sub> diterima)  
 Jika F hitung > F tabel, maka independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (H<sub>0</sub> ditolak).



b. Berdasarkan nilai profitabilitas (signifikan) dasar pengambilan keputusan adalah: Jika profitabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima. Jika profitabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

**c. Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

Menurut Sarwoko (2005) koefisien determinasi adalah bilangan yang menyatakan variabel total Y yang dijelaskan oleh garis regresi. Nilai koefisien determinan adalah nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen (*firm size*, profitabilitas dan *leverage*) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial). Rumus koefisien determinasi yaitu:

$$R^2 = \frac{{}_1 X_1Y + {}_2 X_2Y + {}_3 X_3Y}{Y^2} \dots\dots\dots 3.10$$

Keterangan:

${}_1$  = Koefisien regresi berganda variabel *firm size*

$X_1$  = *Firm Size*

${}_2$  = Koefisien regresi berganda variabel profitabilitas

$X_2$  = Profitabilitas

${}_3$  = Koefisien regresi berganda variabel *leverage*

$X_3$  = *Leverage*

Y = Pengungkapan Informasi pertanggungjawaban sosial

**Tabel 3.3 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Cukup Rendah
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

*Sumber: Sugiyono (2007)*

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Setelah melakukan analisis data dan pengujian hipotesis tentang pengaruh *firm size*, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hasil pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Firm size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori agensi yang menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan (*firm size*) akan mengungkapkan lebih banyak tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori legitimasi yang menunjukkan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak mengungkapkan informasi CSR.
3. *Leverage* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai

dengan teori agensi yang menunjukkan bahwa besar kecilnya rasio *leverage* suatu perusahaan tidak mempengaruhi besarnya pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.

4. Secara simultan diperoleh hasil pengujian yaitu variabel *firm size*, profitabilitas dan *leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pada hasil analisis serta kesimpulan yang telah diuraikan, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan sebaiknya dapat lebih lengkap dalam mengungkapkan informasi kegiatan-kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan kinerja keuangan dalam laporan tahunan perusahaan dan mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sebagai informasi tambahan terkait dengan pelaporan kinerja perusahaan kepada para *stakeholder*
2. Bagi investor sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan dengan tidak hanya melihat dari keuntungan yang dihasilkan perusahaan, tetapi juga melihat hubungan yang diciptakan perusahaan dengan masyarakat disekitarnya.
3. Bagi pemerintah diharapkan mampu merumuskan suatu undang-undang yang lebih jelas tentang pengungkapan CSR mengingat perundang-undangan yang berlaku sekarang masih belum memberikan suatu pedoman yang memadai mengenai bagaimana dan informasi apa saja yang harus dilaporkan

perusahaan mengenai pengungkapan CSR, sehingga pengungkapan CSR yang dilaporkan oleh perusahaan masih dirasa kurang.

4. Bagi masyarakat sebagai pengontrol agar perusahaan tidak hanya berfokus pada tujuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dengan mengabaikan hal yang berkaitan dengan lingkungan sekitarnya, tetapi mengingatkan perusahaan akan tanggung jawab sosialnya kepada lingkungan sekitar dalam berbagai kegiatan.
5. Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat mengembangkan penelitian ini lebih lanjut dan dapat memperbaiki penelitian ini, misalkan dengan cara mengganti objek penelitian, menambahkan sampel penelitian maupun mengganti atau menambahkan variabel penelitian agar hasilnya lebih maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amran, Azlan dan S. Susela Devi. 2008. *The Impact of Governance and Foreign Affiliate Influence on Corporate Social Reporting (The Case of Malaysia)*. Accounting, Auditing and Accountability Journal, Vol. 23, No. 3, pp. 386-404.
- Anggraini, Fr. R.R. 2006. *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar di BEJ)*, Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang, 23-26 Agustus 2006.
- Azheri, Busyra. 2011. *Corporate Social Responsibility : Dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta. PT RajaGrafindo Persada.
- Brigham, Eugene F dan Houston. 2006. *Fundamental of Financial Management: Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 10. Jakarta. Salemba Empat.
- Cahyonowati, Nur. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan*. Skripsi S1. Fakultas Ekonomi Undip.
- Carrol, A. B. 1991. *The Pyramid of Corporate Social Responsibility : Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*. Business Horizons, edisi Juli-Agustus 1991. Pp 39-48.
- Chrismawati, D. T. 2007. *Pengaruh Karakteristik Keuangan dan Non Keuangan Perusahaan terhadap Praktik Environmental Disclosure di Indonesia*. Skripsi S1 Program Akuntansi Undip.
- Dewanta, D. 2011. *Pengaruh Mekanisme Corporate Governance terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan ILQ 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Dewi, Sukmawati Safitri dan Maswar Patuh Priyadi. 2013. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility*

*Disclosure pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Vol. 2 No. 3. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.*

- Djalal, N. Nachrowi. 2006. *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*. Jakarta. LPFE. Universitas Indonesia.
- Donovan, G. and K Gibson. 2000. *Environmental Disclosure in the Corporate Annual Report: A Longitudinal Australian Study*. Paper for Presentation in the 6<sup>th</sup> Interdisciplinary Environmental Association Conference, Montreal, Canada.
- Frynas, Jedrzej George. 2009. *Beyond Corporate Social Responsibility : Oil Multinationals and Social, Challenges New York*. Cambridge University.
- Ghozali, I dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- 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, Edisi I*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Iryanie, Emy. 2009. *Komitmen Stakeholder Perusahaan terhadap Kinerja Sosial dan Kinerja Keuangan*. Tesis. Universitas Diponegoro.
- Jalal. 2007. *Perkembangan Mutakhir CSR di Indonesia*. Jakarta: Lingkar Studi CSR.
- Kurniati, T dan Rahmatullah. 2011. *Panduan Praktis Pengelolaan CSR*. Yogyakarta. Samudra Biru.
- Mahdiyah, F. 2008. *Analisis Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan serta Pengaruhnya pada Reaksi Investor*. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Maiyarni, Reka, Susfayetti dan Erwati, Misni. *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan LQ-45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2012*. Jurnal Cakrawala Akuntansi, Vol.6 No.1, Februari, hal. 79-94.

- Moir, Lance. 2001. *What Do We Mean By CSR ? Corporate Governance*. The International Journal of Business in Society. Vol. 1, No. 2, pp. 16-22.
- Munif, Aulia Zahra. 2010. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Indeks Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang Listing di Bursa Efek Indonesia)*. Tesis. Universitas Diponegoro.
- Nur, Marzully dan Priantinah. 2012. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Jakarta)*. Jurnal Nominal, Vol. 1 No. 1. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pratiwi, Raisa. 2012. *Pengaruh Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Corporate Social Responsibility dengan Kinerja Keuangan Perusahaan*. Forum Bisnis dan Kewirausahaan. Jurnal Ilmiah STIE MDP, Vol. 2 No. 1
- Purnasiwi, Jayanti dan Sudarno. 2010. *Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal. Universitas Diponegoro.
- Purwanto, Agus. 2011. *Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility*. Jurnal Akuntansi & Auditing, Vol. 8 No. 1
- Rindawati, Meita Wahyu dan Nur Fadjrih A. 2015. *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Kepemilikan Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)*. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi, Vol. 4 No. 6
- Rofiqkoh, Esti dan Maswar Patuh. 2016. *Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol. 5 No. 10
- Sarwoko. 2005. *Dasar-Dasar Ekometri*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Sayekti, Yosefa dan Wondabio, Ludovicus Sensi. 2007. *Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient*. Simposium Nasional Akuntansi X. Makasar, 26-28 Juli.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta)*. Simposium Nasional Akuntansi VIII. Solo.
- Siregar, Hasan dan Rivi Hamdani. 2011. *Pengaruh Sisi Internal dan Eksternal Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial*. Jurnal Ekonomi, Vol.14, No 4, September 2011. Sumatera Utara.



- Sugiyono. 2007. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung. ALFABETA.cv
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. ALFABETA.cv
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. ALFABETA.cv
- Suwardjono. 2005. *Teori Akuntansi : Perencanaan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta : Badan Penerbit Universitas Gadjah Mada.
- Suyanto, Bagong. Sutinah. 2005. *Metode Penelitian Sosial Alternatif Pendekatan*. Edisi Revisi. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Veronica, Theodora Martina. 2009. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Artikel Universitas Gunadarma.
- Wijaya, Maria.2012. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi-Vol 1, No. 1, Januari 2012.
- Winarno, Wing Wahyu. 2015. *Analisis Ekonometrika dan Statistik Eviews*. Edisi Keempat. Yogyakarta. UPP STIM YKPN
- Yanti, Ni Kadek dan I Gusti A. 2016. *Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. E-Jurnal Akuntansi Vol.17.3. Universitas Udayana. Bali.
- Zaleha, S. 2005. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan GO PUBLIC di BEJ Tahun 2003*". Skripsi S1 Program Akuntansi Undip.

Sumber Internet:

- Daniri, Achmad. 2008. *Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Jakarta. <http://kadin-indonesia.or.id/>. Diakses pada 29 Desember 2017.
- IDX. *Laporan keuangan dan tahunan (pertambangan)*. <http://www.idx.co.id/id-id/beranda/perusahaantercatat/laporankeuangandantahunan.aspx>. Diakses pada 17 Oktober 2017.
- ISO. 2010. *Draft Internasional Standar ISO 26000: Guidance On Social Responsibility*. <https://www.iso.org/standard/42546.html/>. Diakses pada 29 Desember 2017.

- Muljati, Wheny Hari. 2012. *Manfaat CSR bagi Perusahaan*. <http://www.esinarharapan.co.id/>. Diakses pada 20 Desember 2017.
- Mulyono, Kasan. 2013. *Peran Industri Tambang bagi Perekonomian*. <https://www.kompasiana.com/>. Diakses pada 29 Desember 2017.
- Munir, Misbahol. 2014. *Perusahaan Tambang Biang Keladi Kerusakan Alam*. Jakarta. <http://news.okezone.com/>. Diakses pada 29 Desember 2017.
- Utama, Shidarta. 2010. *Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia*. <http://www.ui.ac.id/>. Diakses pada 29 Desember 2017.