



# ANALISIS PENGARUH LEVERAGE, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN UKURAN DEWAN KOMISARIS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Amelia Nurbayanti

STIE Sutaatmadja, Subang, Indonesia

Email: amelianurbayanti11@gmail.com

## INFO ARTIKEL

### Histori Artikel :

Tgl. Masuk: 27 Juni 2020

Tgl. Diterima: 8 September 2020

Tersedia Online: 30 September 2020

### Keywords:

*Stakeholder theory, legistimacy theory, agency theory,*

*pengungkapan Corporate Social Responsibility*

## ABSTRAK/ABSTRACT

Tujuan artikel ini adalah untuk mengetahui hubungan leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Teori yang digunakan dalam artikel ini adalah *stakeholder theory, legistimacy theory, dan agency theory*. Terdapat hubungan antara leverage dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Terdapat hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Terdapat hubungan antara ukuran perusahaan dengan *pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Terdapat hubungan antara ukuran dewan komisaris dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

## PENDAHULUAN

Dunia bisnis saat ini menuntut perusahaan untuk mampu menyeimbangkan pencapaian kinerja ekonomi (*profit*), kinerja sosial (*people*), dan kinerja lingkungan (*planet*) atau disebut *triple bottom-line performance*. Orientasi praktik bisnis yang selama ini pada maksimalisasi laba perlu dikaji ulang. Orientasi mengejar laba semaksimal mungkin, secara jangka pendek akan menunjukkan keberhasilan, namun untuk jangka panjang hal tersebut bisa menimbulkan masalah bagi perusahaan karena adanya resistensi dari masyarakat dan *stakeholder* lainnya (Pradipta & Purwaningsih, 2012).

Perusahaan dituntut untuk memberikan informasi kegiatan yang dijalankan secara transparan sebagai wujud tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam

laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Sembiring, 2006).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan *corporate social responsibility* merupakan komitmen perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya untuk secara sukarela memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sosial dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* saat ini bukan lagi bersifat sukarela yang dilakukan perusahaan didalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya (Rizkia, 2012).

Sementara itu, perkembangan CSR di luar negeri sudah sangat populer. Bahkan di beberapa negara, CSR digunakan sebagai salah satu indikator penilaian kinerja sebuah perusahaan dengan dicantumkannya informasi CSR di dalam catatan laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan (Rahmawati & Utami, 2005).

Di Indonesia juga konsep CSR sudah mengalami perkembangan yang cukup baik, seiring dengan meningkatkan

perhatian masyarakat global terhadap perkembangan perusahaan transnasional dan multi nasional di Indonesia (Utama, 2007).

Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah untuk membangun kesadaran perusahaan akan pentingnya pengelolaan lingkungan dan sosial dengan mengeluarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 mengenai perseroan terbatas pada bab V pasal 74 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kemudian Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial lingkungan. Serta program kemitraan dan bina lingkungan diatur dalam Peraturan Menteri Negara BUMN No.4 Tahun 2007. Dengan adanya peraturan tersebut, jelas bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan bersifat wajib, namun pemerintah tidak mengeluarkan format baku dalam pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan sehingga luasnya pengungkapan masih bersifat suka rela (Karlina, Mulyati, & Putri, 2019).

Meskipun telah ada peraturan yang dikeluarkan mengenai CSR, perusahaan seringkali tidak memperhatikan dampak sosial dan lingkungan yang timbul akibat dari aktivitas atau tindakan ekonomi perusahaan padahal kegiatan konsumsi yang dilakukan perusahaan berpotensi menimbulkan kerusakan terhadap lingkungan, terutama hal tersebut sangat dirasakan oleh masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan.

Hal tersebut semakin diperhatikan seiring dengan isu kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas operasional perusahaan, seperti banjir lumpur panas di Sidoarjo karena PT. Lapindo Brantas, pencemaran teluk Buyat di Minahasa Selatan karena PT. Newmon Minahasa Raya, kerusakan bentang alam karena pertambangan PT Indominco Mandiri. Selain berdampak terhadap lingkungan alam, aktivitas operasional perusahaan jika tidak dikelola dengan baik bisa berdampak terhadap lingkungan sosial perusahaan. Seperti masalah pemberdayaan masyarakat suku di wilayah pertambangan PT. Freeport di

Papua, dan konflik masyarakat Aceh dengan Exxon mobil yang mengelola gas bumi di Arun. Disinilah dibutuhkan adanya tanggung jawab sosial oleh perusahaan agar dapat mengatasi berbagai permasalahan tersebut. Kasus-kasus diatas setidaknya telah membuka mata pemerintah Indonesia dan dunia akan pentingnya praktik CSR oleh perusahaan. (Karlina, Mulyati, & Putri, 2019).

Perusahaan industri kimia memiliki tingkat produksi yang tinggi terhadap lingkungan. Dalam proses produksinya perusahaan ini juga menyumbangkan limbah produksi. Hal tersebut dapat mengganggu kehidupan masyarakat sekitar pabrik. Untuk itu masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktifitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan dapat terpenuhi. Oleh karena itu program CSR perlu diperhatikan oleh perusahaan sebagai sarana pertanggungjawaban atas aktifitas produksi terhadap masyarakat dan pemegang saham. Jika masyarakat menganggap perusahaan tidak memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya serta tidak merasakan kontribusi secara langsung bahkan merasakan dampak negatif dari beroperasinya sebuah perusahaan maka akan menimbulkan resistensi masyarakat, karenanya pengungkapan CSR merupakan hal penting yang harus diperhatikan perusahaan.

Pada dasarnya apabila praktik dan pengungkapan CSR jika dilakukan secara berkesinambungan oleh perusahaan akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan itu sendiri. Pertanggungjawaban sosial (*corporate social responsibility*) dianggap mampu membantu memperbaiki kinerja keuangan perusahaan, meningkatkan *brand image* dan penjualan, memperbaiki pembuatan keputusan pada isu-isu kritis, dan menangani resiko secara lebih efisien serta mampu mengurangi biaya jangka panjang (Dewi A, 2013).

Penilaian terhadap kinerja keuangan dapat dilihat dari seberapa besar kemampuan perusahaan dalam

menghasilkan laba (*profit*) dan juga dari *leverage* perusahaan. Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan atau memperoleh keuntungan. Rasio ini mengukur kembalian investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki suatu perusahaan. Besar kecilnya profitabilitas akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan karena perusahaan menganggap bahwa tanggung jawab sosial sangat penting untuk mengangkat citra perusahaan. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, semakin besar pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan. (Farriska, 2014).

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Iwanda, 2016) dan (Darmawan, 2014) yang menyatakan bahwa variabel profitabilitas secara statistik berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR. Hasil ini berarti bahwa besar kecilnya profitabilitas akan mempengaruhi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

Penilaian kinerja keuangan juga diukur dengan melihat rasio leverage. Rasio *leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tidak tertagihnya suatu utang. (Scoot, 2009) dalam (Wijaya, 2012) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba masa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial, supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi (mengurangi biaya pengungkapan). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh

(Miftah & Arifin, 2013) dan (Karlina, Mulyati, & Putri, 2019) bahwa tingkat *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

Dewan komisaris merupakan suatu mekanisme yang mengawasi dan mekanisme untuk memberikan petunjuk dan arahan pada pengelola perusahaan. Mengingat bahwa manajemen yang bertanggung jawab untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan sedangkan dewan komisaris bertanggung jawab untuk mengawasi manajemen, maka dewan komisaris merupakan pusat ketahanan dan kesuksesan perusahaan. Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar mengungkapkan informasi CSR lebih banyak, sehingga dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Sebagai wakil dari prinsipal di dalam perusahaan, dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial, karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam entitas (Grey *et al*, 1998 *dalam* (Priantinah & Nur, 2012).

Hal tersebut juga dikatakan dalam penelitian (Nurjanah, 2013) yang menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, hal ini menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris dalam suatu perusahaan yang banyak akan menyebabkan semakin tinggi pula pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

Sedangkan Ukuran perusahaan merupakan skala yang menentukan besar atau kecilnya perusahaan. Tolok ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan antara lain total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan total aset. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*) dan perusahaan kecil (*small firm*). perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar

akan cenderung memiliki sumber daya untuk menghasilkan lebih banyak informasi dan biaya untuk menghasilkan informasi tersebut lebih rendah dan perusahaan besar memiliki insentif untuk menyajikan pengungkapan sukarela, karena perusahaan besar dihadapkan pada biaya dan tekanan politik yang lebih tinggi (Luciana, 2008). Hasil ini sesuai dengan penelitian (Citravury, Mulyati, & Ichi, 2019) dan (Miftah & Arifin, 2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Artinya bahwa perusahaan yang lebih besar memiliki kecenderungan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil.

Penelitian tentang pengungkapan CSR pernah dilakukan sejumlah peneliti dengan hasil yang beragam. (Karlina, Mulyati, & Putri, 2019) dalam penelitiannya Dengan sampel yang digunakan adalah beberapa perusahaan yang tercantum dalam Sustainability Reporting Award periode 2014-2016, menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sustainability report. Sedangkan, tipe industry, profitabilitas, dan leverage berpengaruh terhadap pengungkapan sustainability report. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Citravury, Mulyati, & Ichi, 2019) dengan sampel laporan tahunan (*annual report*) selama tahun 2010-2012 dari perusahaan - perusahaan yang terdapat pada Daftar Efek Syariah menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan tipe industri berpengaruh positif terhadap ISR. Sedangkan dalam penelitian (Miftah & Arifin, 2013) dengan sampel 32 perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2009-2011, menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan, Leverage berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan. Sedangkan Profitabilitas dan Ukuran

Dewan Komisaris tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan. Berbeda dengan penelitian (Ariestawati, 2013) dengan sampel perusahaan yang bergerak di industri pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility disclosure*.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya tentang pengungkapan CSR, ditemukan beberapa variabel yang hasilnya tidak konsisten antara peneliti satu dengan peneliti lainnya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan menguji kembali variabel leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris yang dalam penelitian-penelitian sebelumnya memiliki hasil yang berbeda antara penelitian satu dengan yang lainnya, mengenai pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “ apakah faktor-faktor seperti leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur sub sektor industri & kimia yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019?”. Dan tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu Untuk mengetahui pengaruh leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility disclosure*.

Berdasarkan uraian di atas dan tidak konsistennya hasil penelitian yang dilakukan peneliti-peneliti sebelumnya, maka penulis perlu mengkaji ulang dengan sampel dan periode yang berbeda, sehingga penulis /peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ” ***Analisis pengaruh leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility***”.

## LANDASAN TEORITIS

### **Stakeholder Theory**

Teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggungjawab. Perusahaan harus menjaga hubungan dengan para *stakeholder* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan para *stakeholder*.

(Nur, 2011) mengatakan bahwa *stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik yang bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. *Stakeholder theory* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali & Chariri, 2007).

### **Legitimacy theory**

*Legitimacy theory* menjelaskan bahwa organisasi secara *continue* akan beroperasi sesuai dengan batas-batas dan nilai yang diterima oleh masyarakat di sekitar perusahaan dalam usaha untuk mendapatkan legitimasi. Norma perusahaan selalu berubah mengikuti perubahan dari waktu ke waktu sehingga perusahaan harus mengikuti perkembangannya. Usaha perusahaan untuk mendapatkan legitimasi merupakan suatu proses yang dilakukan secara berkesinambungan (Suaryana, 2011).

Proses untuk mendapatkan legitimasi berkaitan dengan kontrak sosial antara yang dibuat oleh perusahaan dengan berbagai pihak dalam masyarakat. Kinerja perusahaan tidak hanya diukur dengan laba yang dihasilkan oleh perusahaan, tetapi ukuran kinerja lainnya yang berkaitan dengan berbagai

pihak yang berkepentingan. Untuk mendapatkan legitimasi perusahaan memiliki insentif untuk melakukan kegiatan sosial. Kegagalan untuk memenuhi harapan masyarakat akan mengakibatkan hilangnya legitimasi dan kemudian akan berdampak terhadap dukungan yang diberikan oleh masyarakat kepada perusahaan (Suaryana, 2011).

Pengungkapan perusahaan melalui laporan keuangan tahunan merupakan usaha perusahaan untuk mengkomunikasikan aktivitas sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat sehingga kelangsungan hidup perusahaan terjamin. Perusahaan akan menunjukkan bahwa perusahaan mampu memenuhi kontrak sosial dengan masyarakat disekitarnya (Suaryana, 2011).

Teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mendasari tentang pengungkapan CSR, dengan adanya pengungkapan CSR ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Adanya pengungkapan CSR oleh perusahaan yang akan berdampak langsung pada perolehan legitimasi oleh masyarakat dan juga akan dapat meningkatkan nilai perusahaan terutama pada aspek sosialnya.

### **Agency Theory**

Dalam teori ini dijelaskan mengenai hubungan keagenan antara dua pihak dimana satu pihak (*principal*) berperan untuk mempekerjakan pihak yang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada *agent* tersebut.

(Jensen & Meckling, 1976) menjelaskan tentang adanya konflik yang muncul dalam suatu hubungan keagenan. Konflik ini terjadi karena kemungkinan pihak *agent* tidak bertindak sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pihak *principal* dan akibat terjadinya konflik ini memicu munculnya biaya keagenan (*agency cost*).

## Leverage

*Leverage* adalah suatu alat ukur untuk mengukur sejauh mana perusahaan bergantung pada kreditur dalam hal pembiayaan aset perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan, maka hal ini membuktikan bahwa perusahaan tersebut sangat bergantung pada pinjaman pihak luar dalam membiayai aset perusahaan. Sebaliknya, jika tingkat *leverage* perusahaan tersebut rendah, maka bisa dipastikan bahwa sebagian besar pembiayaan aset perusahaan berasal dari modal sendiri.

Scott (2000) *dalam* (Wijaya, 2012) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba masa depan.

Menurut (Belkaoui & Karpik, 1989) *dalam* (Priantinah & Nur, 2012) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial, supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi (mengurangi biaya pengungkapan).

## Profitabilitas

Menurut (Munawir, 2002) pengertian dari profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dan sejauh mana keefektifan pengelolaan perusahaan. Karena alasan keberadaan suatu perusahaan adalah untuk mendapat laba, rasio profitabilitas merupakan salah satu rasio keuangan yang paling signifikan. Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam

menghasilkan laba pada tingkat penjualan, aset, dan ekuitas.

Prihandono (2010), Fahrizqi (2010), dan Rahajeng (2010) *dalam* (Kamil & Herusetya, 2012) menemukan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin tinggi pula tingkat pengungkapan CSR. Hal ini memberikan interpretasi bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dapat mengatasi timbulnya biaya-biaya atas pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut.

Tingkat profitabilitas yang semakin tinggi mencerminkan kemampuan entitas dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga entitas mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosial, serta melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan dengan lebih luas. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur menggunakan *Return On Asset* (ROA). ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk memperoleh laba. Rasio ini mengukur kembalian investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan seluruh dana (aset) yang dimilikinya (Hernitra, 2011).

## Ukuran perusahaan

Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan semakin luas (Anggraeni, 2006).

Disamping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan akan diukur dari *log total asset* yang dimiliki perusahaan. Semakin besar perusahaan semakin besar pula tekanan baik dari masyarakat atau pun dari pemegang saham untuk

mempertanggungjawabkan operasinya. Oleh karena itu, tuntutan untuk melakukan pengungkapan CSR juga semakin besar.

Ayu (2010) dalam (Citravury, Mulyati, & Ichi, 2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak hanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat pengungkapan sukarela, melainkan juga terhadap tingkat pengungkapan wajib. Adanya dugaan bahwa perusahaan yang kecil akan mengungkapkan lebih rendah kualitasnya dibandingkan dengan perusahaan besar, menurut Bubzby (dalam Hasibuan, 2001). Hal ini karena perusahaan ketiadaan sumber daya dan dana yang cukup besar dalam laporan tahunan. Seorang manajemen khawatir apabila dengan adanya pengungkapan yang lebih banyak akan membahayakan posisi perusahaan terhadap kompetitor lain. Ketersediaan sumber daya dan dana membuat perusahaan merasa perlu membiayai penyediaan informasi untuk pertanggungjawaban sosialnya.

### Ukuran dewan komisaris

Dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam entitas bisnis yang berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT) yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggungjawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan. Mulyadi (2002) dalam (Priantinah & Nur, 2012).

Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar mengungkapkan informasi CSR lebih banyak, sehingga dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Sebagai wakil dari prinsipal di dalam perusahaan, dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial, karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam

entitas (Grey *et al*, 1998 dalam (Priantinah & Nur, 2012). Hal tersebut dikarenakan wewenang yang dimiliki dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan CSR sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

### Corporate Social Responsibility (CSR)

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan *corporate social responsibility* merupakan komitmen perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya untuk secara sukarela memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sosial dan lingkungan (Rizkia, 2012).

*Corporate Social Responsibility* saat ini bukan lagi bersifat sukarela yang dilakukan perusahaan didalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Berbagai definisi mengenai pertanggungjawaban sosial atau CSR telah dikemukakan oleh banyak pihak. Contoh bentuk tanggung jawab itu bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada (Nurjanah, 2013).

### Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)

Pengungkapan menurut (Rizkia, 2012) adalah publikasi informasi yang ditujukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah agar perusahaan menyampaikan hasil dari pelaksanaan tanggung jawab

sosialnya yang telah dilakukan dalam periode tertentu. Di dalam laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan, masyarakat dapat mengetahui aktivitas-aktivitas sosial yang telah dilaksanakan oleh perusahaan. Hal ini menjadi sangat penting mengingat masyarakat adalah salah satu pihak yang ikut serta merasakan dampak dari aktivitas operasi perusahaan.

Selain itu, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga telah diatur dalam putusan ketua Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) nomor kep – 38/PM/1996 peraturan nomor empat tentang laporan tahunan yang berisikan mengenai keleluasaan perusahaan untuk memberikan penjelasan secara umum mengenai perusahaan, selama hal tersebut tidak menyesatkan dan menyimpang dengan informasi yang disajikan pada bagian yang lainnya.

## PEMBAHASAN

### Hubungan Leverage Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Leverage merupakan rasio yang paling mencerminkan posisi keuangan perusahaan dengan kata lain menggambarkan keadaan perusahaan. Penilaian terhadap kinerja keuangan diukur dengan melihat rasio leverage. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tidak tertagihnya suatu utang.

(Scoot, 2009) dalam (Wijaya, 2012) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba masa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial, supaya dapat melaporkan laba sekarang yang

lebih tinggi (mengurangi biaya pengungkapan).

menurut (Rizkia, 2012) Pengungkapan tanggung jawab sosial adalah publikasi informasi yang ditujukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah agar perusahaan menyampaikan hasil dari pelaksanaan tanggung jawab sosialnya yang telah dilakukan dalam periode tertentu.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan *corporate social responsibility* merupakan komitmen perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya untuk secara sukarela memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sosial dan lingkungan (Rizkia, 2012).

Contoh bentuk tanggungjawab itu bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada (Nurjanah, 2013).

Dalam artikel ini stakeholders theory diterapkan karena adanya tanggung jawab sosial perusahaan kepada stakeholder internal maupun eksternal. Melalui leverage perusahaan bertanggungjawab kepada stakeholder eksternalnya (kreditor). Dimana para kreditor dalam memberikan pinjaman dana dapat melihat rasio leverage perusahaan. Ketika Perusahaan memiliki rasio *leverage* tinggi maka perusahaan akan melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi, agar para kreditor fokus terhadap laba dan mengesampingkan rasio leverage sehingga perusahaan tetap mendapat pinjaman dana. Dengan mengungkapkan laba yang tinggi, maka perusahaan akan melakukan pengurangan biaya, termasuk biaya pengungkapan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan analisis di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan diantara leverage dengan pengungkapan Corporate Social Responsibility. Dimana ketika perusahaan memiliki rasio leverage tinggi maka perusahaan akan lebih sedikit mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial (CSR), supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi (mengurangi biaya pengungkapan). Hal tersebut dilakukan agar dengan pengungkapan laba yang tinggi dapat menutupi rasio leverage yang tinggi, sehingga perusahaan. Sebaliknya ketika Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* rendah akan lebih banyak mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial, supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih rendah.

Adapun penelitian yang mendukung analisis tersebut adalah penelitian dari (Miftah & Arifin, 2013) dan (Karlina, Mulyati, & Putri, 2019) bahwa tingkat *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Dimana Semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan, maka semakin sedikit pengungkapan CSR nya. hal ini membuktikan bahwa perusahaan tersebut sangat bergantung pada pinjaman pihak luar dalam membiayai aset perusahaan. Sebaliknya, jika tingkat *leverage* perusahaan tersebut rendah, maka bisa dipastikan bahwa sebagian besar pembiayaan aset perusahaan berasal dari modal sendiri.

Sehingga dapat disimpulkan Perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi menandakan bahwa perusahaan terlalu bergantung terhadap pembiayaan yang berasal dari utang, sehingga akan mengurangi biaya-biaya untuk menutupi utang perusahaan dan akan mengungkapkan laba sekarang yang lebih tinggi dari pada laba masa depan agar perusahaan tetap terlihat baik di mata kreditur dan tetap mendapatkan pinjaman.

Melalui pengungkapan Corporate Social Responsibility diharapkan dapat memenuhi keinginan dari semua stakeholder sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan stakeholdernya

(kreditur) sehingga perusahaan dapat mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaannya (sustainability). Selain itu pengungkapan CSR memperlihatkan aktivitas ekonomi, lingkungan dan sosial perusahaan sebagai tanggungjawab perusahaan terhadap stakeholdernya.

### **Hubungan Profitabilitas Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility**

Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan.

Hubungan profitabilitas dengan pengungkapan CSR adalah perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dapat mengatasi timbulnya biaya-biaya atas pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut. Tingkat profitabilitas yang semakin tinggi mencerminkan kemampuan entitas dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga entitas mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosial, serta melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan dengan lebih luas.

Hal ini sesuai dengan stakeholder theory yang menjelaskan hubungan antara perusahaan dengan pihak lain selain perusahaan itu sendiri. Adanya pihak yang diutamakan di dalam perusahaan yaitu *stakeholders*. Melalui profitabilitas perusahaan bertanggung-jawab kepada stakeholdernya (pemegang saham).

Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan mempunyai lebih banyak biaya untuk melakukan aktivitas sosial dan lingkungan sehingga perusahaan tersebut akan mengungkapkan sustainability report lebih baik dibandingkan perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah.

Hasil tersebut didukung oleh penelitian (Iwanda, 2016) dan (Darmawan, 2014) yang menyatakan bahwa variabel profitabilitas secara statistik berpengaruh positif secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan

CSR. Hasil ini berarti bahwa besar kecilnya profitabilitas akan mempengaruhi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Artinya semakin tinggi Profitabilitas perusahaan, maka akan semakin banyak aktivitas CSR yang diungkapkan oleh perusahaan. Semakin tinggi Profitabilitas maka manager lebih termotivasi untuk memberikan informasi yang lebih terperinci termasuk kebebasan dan keleluasaan untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya. Hal ini disebabkan perusahaan ingin meyakinkan investor akan profitabilitas perusahaan.

### **Hubungan Ukuran Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility**

Ukuran perusahaan merupakan skala yang menentukan besar atau kecilnya perusahaan. Tolok ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan antara lain total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan total aset. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*) dan perusahaan kecil (*small firm*).

Hubungan ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR tercermin dalam teori legitimasi yang menjelaskan bahwa organisasi secara *continue* akan beroperasi sesuai dengan batas-batas dan nilai yang diterima oleh masyarakat di sekitar perusahaan dalam usaha untuk mendapatkan legitimasi. perusahaan berukuran besar akan lebih mendapatkan sorotan dan tuntutan dari masyarakat luar. Hal tersebut menyebabkan perusahaan besar harus memiliki pengungkapan informasi yang lebih luas demi terpenuhinya kebutuhan stakeholder eksternal akan informasi terkait kepentingannya. semakin besar perusahaan semakin besar pula tekanan baik dari masyarakat atau pun dari pemegang saham untuk mempertanggungjawabkan operasinya. Oleh karena itu, tuntutan untuk melakukan pengungkapan CSR juga semakin besar.

(Ayu 2010) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak hanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat pengungkapan sukarela, melainkan juga terhadap tingkat pengungkapan wajib.

Hasil tersebut didukung oleh penelitian (Citravury, Mulyati, & Ichi, 2019) dan (Miftah & Arifin, 2013) hasilnya yakni ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Artinya bahwa perusahaan besar yang dinilai dengan tingkat aktiva yang besar akan mengungkapkan lebih banyak tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

### **Hubungan Ukuran Dewan Komisaris Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility**

Dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam entitas bisnis yang berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT) yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggungjawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan.

Hubungan antara ukuran dewan komisaris dengan pengungkapan CSR terdapat dalam Teori keagenan yang menjelaskan mengenai hubungan keagenan antara dua pihak dimana satu pihak (*dewan direksi*) berperan untuk mempekerjakan pihak yang lain (*manajemen*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada *agent* tersebut.

Melalui wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar mengungkapkan informasi CSR lebih banyak, sehingga dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Sebagai wakil dari prinsipal di dalam perusahaan, dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab

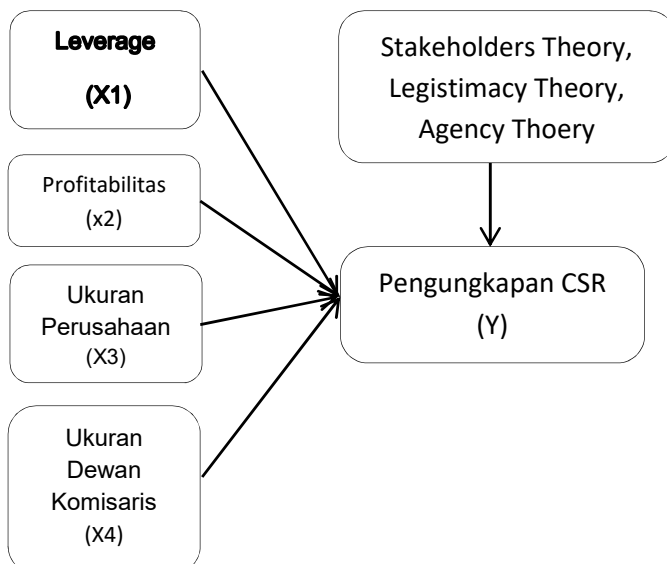
sosial, karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam entitas (Grey *et al*, 1998 *dalam* Priantinah dan Nur, 2012).

Hal tersebut didukung oleh penelitian (Ariestawati, 2013) hasilnya itu ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap corporate social responsibility disclosure. Hal ini dikarenakan sebagai suatu perusahaan Manufaktur yang melakukan aktivitas operasinya ditengah-tengah masyarakat, dewan komisaris menganggap bahwa dengan mengungkapkan CSR, akan banyak manfaat yang diperoleh perusahaan, diantaranya perusahaan akan mendapat citra positif (*image*) yang baik dimata masyarakat luas dan masyarakat sekitar daerah pertambangan, selain itu perusahaan juga akan dapat mempertahankan dan mendapatkan SDM yang berkualitas.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sembiring E. R., 2005) dan (Rahmawati & Utami, 2005), yang menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif, serta tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya.

Sehingga kesimpulannya terdapat hubungan antara ukuran dewan komisaris dengan pengungkapan CSR.

### Kerangka Pemikiran



### Pengembangan Hipotesis

#### Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi menandakan bahwa perusahaan terlalu bergantung terhadap pembiayaan yang berasal dari utang, sehingga akan mengurangi biaya-biaya untuk menutupi utang perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage* besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha melaporkan laba yang lebih tinggi dengan cara mengurangi biaya-biaya termasuk biaya pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

Scott (2000) *dalam* Wijaya (2012) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba masa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial, supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi (mengurangi biaya pengungkapan). Sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, karena manajemen perusahaan menganggap bahwa dengan tingkat leverage yang tinggi cenderung akan mengurangi pengungkapan tanggungjawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*.

Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Karlina, Mulyati, & Putri, 2019) terkait hubungan leverage dengan pengungkapan *subtsainable report*, hasilnya menyatakan bahwa leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *substainable report*. Hal serupa juga di katakan oleh (Miftah & Arifin, 2013) dalam penelitiannya yang menunjukkan bahwa Leverage berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap Pengungkapan

Tanggungjawab Sosial Perusahaan. Oleh karena penelitian tersebut mendukung adanya pengaruh antara leverage dengan pengungkapan Corporate Social Responsibility, maka hipotesis pertama adalah sebagai berikut.

H1 : leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan corporate social responsibility

### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility**

Menurut (Munawir, 2002) pengertian dari profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dan sejauh mana keefektifan pengelolaan perusahaan.

Prihandono (2010), Fahrizqi (2010), dan Rahajeng (2010) dalam Kamil dan Herusetya (2012) menemukan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin tinggi pula tingkat pengungkapan CSR. Tingkat profitabilitas yang semakin tinggi mencerminkan kemampuan entitas dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga entitas mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosial, serta melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan dengan lebih luas.

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh (Karlina, Mulyati, & Putri, 2019) terkait hubungan profitabilitas dengan pengungkapan *subtsainable report*, hasilnya menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *substainable report*.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh (Iwanda, 2016) dan (Martereda, 2011) hasilnya menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial. Oleh karena penelitian tersebut mendukung adanya pengaruh antara profitabilitas dengan pengungkapan corporate social responsibility, hipotesis kedua adalah sebagai berikut :

H2 : profitabilitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan corporate social responsibility

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility**

Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. ukuran perusahaan akan diukur dari *log total asset* yang dimiliki perusahaan. semakin besar perusahaan semakin besar pula tekanan baik dari masyarakat atau pun dari pemegang saham untuk mempertanggungjawabkan operasinya. Oleh karena itu, tuntutan untuk melakukan pengungkapan CSR juga semakin besar.

Menurut (Ayu 2010) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak hanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat pengungkapan sukarela, melainkan juga terhadap tingkat pengungkapan wajib.

Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Citravury, Mulyati, & Ichi, 2019) dalam perusahaan syariah hasilnya menyatakan Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting*, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan syariah yang lebih besar memiliki kecenderungan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan syariah yang lebih kecil.

Selaras dengan penelitian (Belkaoui & Karpik, 1989) dan (Miftah & Arifin, 2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena penelitian tersebut mendukung adanya pengaruh antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility, hipotesis ketiga adalah sebagai berikut :

H3 : ukuran perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan corporate social responsibility

### **Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility**

Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar mengungkapkan informasi CSR lebih banyak, sehingga dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Sebagai wakil dari prinsipal di dalam perusahaan, dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial, karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam entitas (Grey *et al*, 1998 *dalam* (Priantinah & Nur, 2012).

Hal ini selaras dengan penelitian (Ariestawati, 2013) hasilnya itu ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap corporate social responsibility disclosure. Oleh karena penelitian tersebut mendukung adanya pengaruh antara ukuran dewan komisaris dengan corporate social responsibility disclosure, hipotesis keempat adalah sebagai berikut.

H4 : ukuran dewan komisaris berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan corporate social responsibility

### **Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility**

Berdasarkan dari beberapa penelitian terdahulu maka terdapat empat faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu, leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris. Setelah dilakukan pengujian secara parsial kemudian dilanjutkan

dengan pengujian secara simultan. Maka terdapat hubungan diantara keempat faktor tersebut. Maka penulis memprediksi bahwa keempat faktor tersebut leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris dapat memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR, dengan semakin tinggi tingkat leverage maka semakin rendah tingkat pengungkapan CSR. Profitabilitas memberikan pengaruh apabila semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR nya. Ukuran perusahaan memberikan pengaruh apabila semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin luas tingkat pengungkapan CSR nya. Dan untuk ukuran dewan komisaris, semakin banyak jumlah dewan komisaris maka semakin banyak pula tingkat pengungkapan CSR nya. Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, maka ditarik hipotesis sebagai berikut.

H5 : leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.

## **KESIMPULAN**

Dari beberapa uraian dan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan corporate social responsibility, artinya ketika rasio leverage perusahaan tinggi maka pengungkapan Corporate Social Responsibility akan lebih sedikit. Terdapat pengaruh positif antara profitabilitas dengan pengungkapan Corporate Social Responsibility, artinya ketika tingkat profitabilitas sebuah perusahaan tinggi maka pengungkapan Corporate Social Responsibility akan semakin banyak. Terdapat hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan Corporate Social Responsibility, artinya semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula tingkat pengungkapan Corporate Social Responsibility. Terdapat hubungan positif antara ukuran dewan komisaris dengan pengungkapan Corporate Social

Responsibility, semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris maka semakin banyak juga pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Ekstaktif Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 1-2.

## REFERENCES

- Anggraeni, F. R. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Tahunan . *Simposium Nasional Akuntansi* 9, 20.
- Ariestawati, M. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Umur Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Dalam Laporan Tahunan. *Skripsi Ekonomi Dan Bisnis*, 64.
- Belkaoui, A., & Karpik, P. G. (1989). Determinants Of The Corporate Decision To Disclose Social Information. *Accounting, Auditing And Accountability Journal*, 36-51.
- Citravury, D., Mulyati, S., & Ichi. (2019). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Jenis Industri, Umur Perusahaan, Dan Penerbitan Sukuk Terhadap Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Daftar Efek Syariah. *Islamic Economic, Accounting And Manajement Journal (Tsarwatica)*, 22.
- Darmawan, M. (2014). Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporae Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 14.
- Dewi A, E. R. (2013). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Size, Umur Perusahaan Dan Ukuran Dewan Komisaris Dan Independensi Komite Audit Terhadap Pengungkapan
- Farriska, N. C. (2014). Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Bank Umum Syariah. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 5.
- Ghozali, & Chariri. (2007). *Teori Akuntansi Edisi 4*. Semarang: Universtias Diponegoro.
- Hernitra, W. (2011). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 15.
- Iwanda, R. A. (2016). Analisis Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Publik, Dan Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Di BEI. *Skripsi Ekonomi Dan Bisnis*, 58.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory Of The Firm : Manajerial Behavior, Agency Cost, And Ownership Structure. *Journal Of Financial Economic*, 305-360.
- Kamil, A., & Herusetya, A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility. *Media Riset Akuntansi*, 15.
- Karlina, W., Mulyati, S., & Putri, T. E. (2019). The Effect Company's Size, Industrial Type, Profitability, And Leverage To Substainability Report Disclosure (Case Study On Companies Registered In Substainability Reporting Award (SRA) Period 2014-2016. *Journal*

- Of Accounting For Sustainable Society*, 33.
- Marterreda, R. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Fakultas Ekonomi Universitas Jember*, 26.
- Miftah, D., & Arifin, Z. (2013). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Al-Istiqhad*, 9.
- Munawir, S. (2002). *Akunatansi Keuangan Dan Manajemen. Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Nur, H. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nurjanah, E. (2013). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Umur Perusahaan, Dan Leverage Terhadap CSR Disclosure. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 12.
- Pradipta, D. H., & Purwaningsih, A. (2012). Pengaruh Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perusahaan Terhadap Eraning Response Coefisient (ERC), Dengan Ukuran Perusahaan Dan Leverage Sebagai Variabel Kontrol. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 2.
- Priantinah, D., & Nur, M. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Corporate Social Responsibility Di Indonesia. *Jurnal Nominal*, 18.
- Rahmawati, I., & Utami, D. (2005). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Instiusional, Kepemilikan Asing, Dan Umur Perusahaan, Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 2.
- Rizkia, A. S. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Sicial Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*, 1.
- Scoot, W. R. (2009). *Financial Accounting Theory (Fifth Edition)*. Canada: Person Educational, Prentice Hall.
- Sembiring, E. R. (2005). Karakteristik Perusahaan Dan Tanggung Jawab Pengungkapan Sosial : Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 60.
- Sembiring, E. R. (2006, Januari). Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Maksi*, 6, 2.
- Suaryana, A. (2011). Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia . *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 9.
- Wijaya, M. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 14.

