

**PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN
UKURAN PERUSAHAAN PADA PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
PERUSAHAAN MANUFAKTUR
YANG TERDAFTAR DI BEI**

SKRIPSI



Oleh:

Ainur Rizki

150810250

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

**PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN
UKURAN PERUSAHAAN PADA PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
PERUSAHAAN MANUFAKTUR
YANG TERDAFTAR DI BEI**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



Oleh:

Ainur Rizki

150810250

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ainur Rizki
NPM : 150810250
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Prodi : Akuntansi

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI”

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kutipan yang tercantum sebagai bagian dari Skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Putera Batam.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Batam, 02 Februari 2019
Yang membuat pernyataan,

AINUR RIZKI
150810250

**PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN
UKURAN PERUSAHAAN PADA PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
PERUSAHAAN MANUFAKTUR
YANG TERDAFTAR DI BEI**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana

Oleh:

Ainur Rizki

150810250

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 02 Februari 2019

Rio Rahmat Yusran, S.E, M.Si.

Pembimbing

ABSTRAK

CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan kegiatan yang dapat meningkatkan citra baik perusahaan di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan ukuran perusahaan pada pengungkapan CSR(*Corporate Social Responsibility*). Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori keagenan (*agency theory*) dan teori stakeholder. Sampel penelitian sebanyak 13 perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 dengan metode *puspositive sampling* sehingga di dapat 65 sampel. Dalam penelitian ini data yang dipakai adalah data sekunder laporan keuangan yang diperoleh melalui Bursa Efek Indonesia dan situs resmi perusahaan. Metode analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan pada pengungkapan CSR(*Corporate Social Responsibility*), *Leverage* berpengaruh negatif signifikan pada pengungkapan CSR(*Corporate Social Responsibility*) sedangkan Ukuran Perusahaan tidak mempunyai pengaruh signifikan pada pengungkapan CSR(*Corporate Social Responsibility*). Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama simultan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR(*Corporate Social Responsibility*).

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

ABSTRACT

CSR (Corporate Social Responsibility) is an activity that can enhance the good image of the company in the community. This study aims to determine the effect of Profitability, Leverage and Firm Size on disclosure of CSR(Corporate Social Responsibility). The theory used in this study is agency theory and stakeholder theory. The research sample consisted of 13 food and beverage sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2013-2017 with a purposive sampling method so that 65 samples were obtained. In this study the data used is secondary data financial statements obtained through the Indonesia Stock Exchange and the company's official website. The data analysis method used is the Analysis of Multiple Linear Regression. The results showed that Profitability had a significant negative effect on the disclosure of CSR(Corporate Social Responsibility), Leverage has a significant negative effect on the disclosure of CSR(Corporate Social Responsibility) while Firm Size does not have a significant effect on the disclosure of CSR(Corporate Social Responsibility). The results of the F test indicate that the variable Profitability, Leverage, and Company Size simultaneously have a significant effect on the disclosure of CSR(Corporate Social Responsibility).

Keywords: *CSR(Corporate Social Responsibility), Profitability, Leverage, Firm Size.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul: Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI. Untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Akuntansi Strata Satu (S1) pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam. Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayahanda tercinta Supianto dan Ibunda yang ku sayangi Sri Lisdawati yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat, kesehatan, karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Serta ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Suhardianto, S.Hum., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Bapak Haposan Banjarnahor, S.E., M.SI. selaku Ketua Program Studi Akuntansi
4. Bapak Rio Rahmat Yusran. S.E, M.Si selaku Pembimbing Akademik dan Skripsi pada Program Studi Akuntansi Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Rian Gugun Gumelar yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
7. Teman-teman seperjuangan angkatan 2015 prodi akuntansi.
8. Rekan kerja yang memberikan bantuan serta doa.
9. Dan seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dalam dunia pendidikan.

Batam, 02 Februari 2019

AINUR RIZKI

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Teori Agensi	13
2.1.2 Teori Stakeholder	15
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility</i>	17
2.1.4 Profitabilitas	18
2.1.5 <i>Leverage</i>	20
2.1.6 Ukuran Perusahaan	20
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran	26
2.3.1 Pengaruh Profitabilitas yang diukur menggunakan rumus ROA(<i>Return On Asset</i>) terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	26
2.3.2 Pengaruh <i>Leverage</i> yang diukur menggunakan rumus DER(<i>Debt to Equity Ratio</i>) terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	26
2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	27
2.3.4 Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	28
2.4 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	30
3.2 Operasional Variabel	31

3.2.1	Variabel Dependen.....	31
3.2.1.1	<i>Corporate Social Responsibility</i>	31
3.2.2	Variabel Independen	31
3.2.2.1	Profitabilitas.....	32
3.2.2.2	<i>Leverage</i>	32
3.2.2.3	Ukuran Perusahaan	32
3.3	Populasi dan Sampel	32
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4.1	Jenis dan Sumber Data	37
3.4.2	Metode Pengumpulan Data	38
3.5	Metode Analisis Data.....	38
3.5.1	Analisis Deskriptif	38
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	39
3.5.2.1	Uji Normalitas	39
3.5.2.2	Uji Multikolinieritas	39
3.5.2.3	Uji Heterokedastisitas.....	40
3.5.2.4	Uji Autokorelasi	41
3.5.3	Pengujian Hipotesis.....	41
3.5.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
3.5.3.2	Uji T (Parsial)	42
3.5.3.3	Uji F (Simultan).....	43
3.5.3.4	Koefisien Determinasi (R^2)	44
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	45
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	45
3.6.2	Jadwal Penelitian.....	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	46
4.2.1	Analisis Deskriptif	47
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	48
4.2.2.1	Uji Normalitas	48
4.2.2.2	Uji Multikolinieritas	49
4.2.2.3	Uji Heterokedastisitas.....	50
4.2.2.4	Uji Autokorelasi	51
4.2.3	Pengujian Hipotesis.....	52
4.2.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
4.2.3.2	Uji T (Parsial)	53
4.2.3.3	Uji F (Simultan).....	55
4.2.3.4	Koefisiensi Determinasi (R^2).....	56
4.3	Pembahasan.....	57
4.3.1	Pengaruh Profitabilitas yang diukur menggunakan rumus ROA(Return On Asset) terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	57
4.3.2	Pengaruh <i>Leverage</i> yang diukur menggunakan rumus DER(<i>Debt to Equity Ratio</i>) terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	58
4.3.3	Ukuran Perusahaan Berpengaruh Pada CSR	59

4.3.4 Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	60
--	----

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	63
5.2 Saran.....	64

DAFTAR PUSTAKA	65
-----------------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	30
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heterokedastisitas	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 3. 2 Populasi Penelitian.....	35
Tabel 3. 3 Sampel Penelitian.....	37
Tabel 3. 4 Dasar Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi.....	41
Tabel 3. 5 Jadwal Penelitian.....	45
Tabel 4. 1 Sampel Penelitian.....	46
Tabel 4. 2 Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	47
Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinieritas	49
Tabel 4. 5 Dasar Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi.....	51
Tabel 4. 6 Hasil Uji <i>Durbin Watson</i>	51
Tabel 4. 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji t.....	54
Tabel 4. 9 Hasil Uji f.....	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	56

DAFTAR RUMUS

Rumus 2. 1 Perhitungan CSR(<i>Corporate Social Responsibility</i>)	18
Rumus 2. 2 Perhitungan Profitabilitas	20
Rumus 2. 3 Perhitungan <i>Leverage</i>	20
Rumus 2.4 Perhitungan Ukuran Perusahaan	21
Rumus 3. 1 Regresi Linier Berganda	42
Rumus 3. 2 Uji Parsial (Uji t)	43
Rumus 3. 3 Uji F	43
Rumus 3. 4 Koefisien Determinasi	44
Rumus 4. 1 Regresi Linier Berganda	53

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lanjutan Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2 Ringkasan Performa Perusahaan
- Lampiran 3 Indikator – Indikator CSR GRI
- Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Penelitian
- Lampiran 5 Perhitungan Variabel X_1 (ROA)
- Lampiran 6 Perhitungan Variabel X_2 (DER)
- Lampiran 7 Perhitungan Variabel X_3 (Total Aset)
- Lampiran 8 Perhitugan CSR
- Lampiran 9 *Output* SPSS V.21
- Lampiran 10 Tabel *Durbin – Watson*, T – Tabel, F – Tabel
- Lampiran 11 Riwayat Hidup
- Lampiran 12 Surat Izin Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di dalam melakukan kegiatan usahanya perseroan senantiasa berusaha untuk tidak hanya memberikan manfaat bagi para pemegang sahamnya saja tapi juga berusaha untuk berperan serta dalam pemenuhan kesejahteraan bagi karyawannya dan masyarakatnya, serta berpartisipasi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan. Perseroan berusaha agar keberadaannya tidak membebani dan merugikan masyarakat, terutama bagi masyarakat yang berada di sekitar lokasi kantor dan pabrik perseroan. Perseroan sangat peduli dengan masalah-masalah yang dirasakan dan dihadapi oleh masyarakat, dan senantiasa berperan serta untuk ikut menanggulangnya. Menurut (wibisono, 2007:7) dalam bukunya berjudul “Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (*Corporate Social Responsibility*) Wibisono menjabarkan bahwa CSR(*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR(*Corporate Social Responsibility*) telah menjadi isu yang paling penting yang dihadapi perusahaan, dengan banyaknya panduan seperti salah satu peraturan (UU No 40, 2007) pasal 74 tentang Perseroan Terbatas. Sesuai dengan isi UU No 40 Tahun 2007 pasal 74

ayat (1), “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungannya”, tetapi masih banyak perusahaan yang nyatanya belum menjalankan tanggung jawab tersebut.

Sebagian besar perusahaan yang bergerak di bidang konsumsi seperti makanan dan minuman, kimia, farmasi serta obat-obatan herbal cenderung menggunakan program CSR strategisnya di bidang kesehatan. Sedangkan di bidang pendidikan, perusahaan akan memfokuskan pada investasi sumber daya manusia selain bagi masyarakat juga bagi perusahaan. Contoh CSR strategis di bidang kesehatan adalah yang dilaksanakan oleh salah satu produsen makanan ringan, wafer Tango. Di bawah grup perusahaan PT Orang Tua (OT), produsen wafer Tango menjalankan CSR strategisnya yaitu program Tango Peduli Gizi (TPG) Anak Indonesia. Program ini telah dijalankan Tango sejak tahun 2010 di wilayah Nias, Sumatra Utara dan Ruteng, NTT. Setelah evaluasi terhadap program TPG sebelumnya di tahun 2010 lalu, program ini telah berhasil memulihkan 72 anak yang menderita gizi buruk meningkat

Masyarakat sekarang lebih pintar dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi masyarakat relatif untuk menggunakan produk yang dibuat dari perusahaan yang memperhatikan lingkungan dan melakukan *Corporate Social Responsibility*. (Sutopoyudo, 2009) jika suatu citra produk yang ditawarkan buruk maka konsumen akan memilih produk lain. Ada beberapa kegunaan yang didapatkan perusahaan dengan menjalankan *corporate social responsibility*, yaitu adalah produk banyak diminati oleh pelanggan dan perusahaan diminati penanaman

modal. CSR bisa dipakai untuk pemasaran baru oleh perusahaan jika itu dilakukan berkesinambungan untuk menjalankan *Corporate Social Responsibility* artinya bahwa perusahaan harus membayar sejumlah biaya. Biaya berubah menjadi kewajiban yang mengecilkan keuntungan sehingga tingkat keuntungan perusahaan akan rendah. Jika menjalankan *Corporate Social Responsibility*, nama baik perusahaan akan makin dikenal sehingga minat pelanggan semakin meningkat. Akan tetapi dengan melaksanakan *Corporate Social Responsibility*, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi. Oleh sebab itu, *Corporate Social Responsibility* mempunyai peran vital dalam menaikkan nilai perusahaan dari hasil kenaikan penjualan perusahaan dengan cara menggunakan macam-macam aktivitas sosial di area sekitarnya.

(Asnawi, Said Kelana, 2005:91) menyatakan bahwa tingkat kepercayaan dari investor adalah salah satu aspek yang mempunyai pengaruh dalam pasar modal. Oleh sebab itu, suatu pengungkapan akan ditanggapi oleh investor dengan beragam. Pengungkapan CSR yang dilaksanakan perusahaan diharapkan bisa memberikan signal dan meningkatkan citra perusahaan dimata investor sehingga dapat meningkatkan profit berkepanjangan. Informasi dikatakan memiliki nilai manfaat bagi investor jika informasi itu memiliki reaksi guna melaksanakan transaksi di pasar modal.

Tanggung jawab sosial atau yang lebih dikenal dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*) tidak akan dapat terpenuhi jika profit yang didapat suatu perusahaan kecil, jadi profitabilitas suatu perusahaan mempengaruhi perusahaan dalam menjalankan CSR jika perusahaan mendapatkan profit atau laba dengan tinggi maka perusahaan akan mengeluarkan kontribusinya untuk CSR.

Profitabilitas sendiri merupakan suatu ukuran dalam presentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sari, Suzan, & Budiono, 2017), (Santoso, Utomo, & Astuti, 2017) menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*). (Purba, 2015) menghasilkan temuan berpengaruh positif terhadap CSR (*Corporate Social Responsibility*).

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 oleh perusahaan. (Yanti & Budiasih, 2016). Profitabilitas dapat diukur menggunakan macam-macam rasio ada margin laba (*profit margin*), *Return On Investment (ROI)*, *Return On Assets (ROA)*, dan *Return On Equity (ROE)* dalam penelitian ini peneliti menggunakan ROA (*Return On Assets*).

ROA (*Return On Assets*) salah satu alat untuk mengukur kinerja keuangan yang diperoleh dengan cara laba bersih setelah pajak dibagi dengan total aset. ROA yang negatif disebabkan laba perusahaan dalam kondisi negatif pula atau rugi. Hal ini menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan secara keseluruhan belum mampu untuk menghasilkan laba. Semakin besar ROA menunjukkan kinerja perusahaan semakin baik, karena *return* semakin besar. jika suatu perusahaan mempunyai ROA (*Return On Assets*) yang tinggi maka perusahaan tersebut

berpeluang besar dalam meningkatkan pertumbuhan. Tetapi jika total aktiva yang digunakan perusahaan tidak memberikan laba maka perusahaan akan mengalami kerugian dan akan menghambat pertumbuhan perusahaan tersebut. *Return on Asset* (ROA) menggambarkan sejauh mana tingkat pengembalian dari seluruh asset yang dimiliki perusahaan.

Selain dari Profitabilitas, *Leverage* juga mempengaruhi suatu perusahaan dalam mengungkapkan CSR (*Corporate Social Responsibility*) nya. *Leverage* mempunyai arti penggunaan aset dan sumber dana (*source of funds*) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham *Leverage* ini bisa bersumber dari dana pinjaman yang diberikan oleh pihak internal maupun eksternal, semakin tinggi tingkat hutang yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi tingkat *leverage* nya. Kinerja keuangan perusahaan yang diamati dari posisi hutang dapat mendorong peningkatan dan penurunan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Rasio *leverage* merupakan komponen dalam pengukuran laporan keuangan, untuk melihat kinerja rasio *leverage* diukur menggunakan *Debt To Assets Ratio* (*debt ratio*), *Long Term Debt to Equity Ratio*, *Times Interest Earned Ratio*, dan *Debt to Equity Ratio*. Salah satu pengukuran yang dipakai dalam penelitian ini adalah DER (*Debt to Equity Ratio*).

DER (*Debt to Equity Ratio*) adalah rasio yang menggunakan hutang dan modal untuk mengukur besarnya rasio. *Debt to Equity Ratio* merupakan rasio yang dipergunakan untuk mengukur tingkat penggunaan utang terhadap

total *shareholder's equity* yang dimiliki perusahaan. *Debt to Equity Ratio* menunjukkan persentase penyediaan dana oleh pemegang saham terhadap pemberi pinjaman. Semakin tinggi rasio, semakin rendah pendanaan perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham.

Dari perspektif kemampuan membayar kewajiban jangka panjang, semakin rendah rasio akan semakin baik kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjangnya. Semakin tinggi DER menunjukkan komposisi total hutang (jangka pendek dan jangka panjang) semakin besar dibanding dengan total modal sendiri, sehingga berdampak semakin besar beban perusahaan terhadap pihak luar (kreditur). Meningkatnya beban terhadap kreditur menunjukkan sumber modal perusahaan sangat tergantung dengan pihak luar. Selain itu besarnya beban hutang yang ditanggung perusahaan dapat mengurangi jumlah laba yang diterima perusahaan.

Pengaruh lain yang mendorong pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah ukuran perusahaan, menurut (Brigham & Houston, 2010:4) merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Perusahaan yang berukuran besar mempunyai berbagai kelebihan dibanding perusahaan berukuran kecil. Kelebihan tersebut yang pertama adalah ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. Kedua, ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar-menawar (*Bargaining Power*) dalam kontrak keuangan. Dan ketiga, ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan *return* membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh

lebih banyak laba (Agnes Sawir, 2004). Jika suatu perusahaan mempunyai asset atau laba yang tinggi dari pada tingkat hutang maka kemungkinan besar untuk melakukan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) lebih tinggi pula. *Firm Size* adalah besarnya perusahaan, Semakin besar perusahaan akses untuk mendapatkan dana akan semakin mudah sehingga biaya agensi akan semakin besar. Semakin tinggi *Firm Size* dan biaya agensi pasti pembayaran dividen akan semakin besar. Kaitannya ukuran perusahaan terhadap CSR adalah menunjukkan bahwa perusahaan harus lebih konsisten dalam kegiatan CSR karena secara signifikan berkorelasi positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Selain itu ukuran perusahaan terbukti sebagai variabel yang dapat memberi pengaruh terhadap hubungan CSR dengan kinerja perusahaan.

Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan dihitung dengan menjumlah total aset atau total aktiva perusahaan dengan tujuan agar hasil ukuran yang diperoleh lebih jelas dibanding ukuran lainnya. Total aset perusahaan selanjutnya akan diprosikan dengan menggunakan natural LOG (nilai total aset). Penggunaan LOG (nilai total aset) bertujuan untuk mengurangi fluaksi data yang berlebih. Dengan menggunakan LOG (nilai total aset), nilai miliar bahkan triliun akan di sederhanakan, tanpa mengubah proporsi dan nilai aset sebenarnya.

Penerapan tanggung jawab sosial CSR (*Corporate Social Responsibility*) juga berlaku bagi perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dimana, peneliti menggunakan sektor perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pemilihan sektor ini

didasarkan pada adanya kenyataan bahwa perusahaan makanan dan minuman menuai keuntungan yang sangat besar bagi perusahaan yang memilikinya dan memiliki kontribusi yang cukup besar dalam masalah-masalah polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Hal ini disebabkan karena perusahaan tersebut adalah perusahaan yang paling banyak berinteraksi dengan masyarakat. Setiap perusahaan dalam menjalankan proses produksinya akan menghasilkan limbah dan hal ini berhubungan dengan masalah pencemaran lingkungan di sekitar perusahaan itu berdiri, mau tidak mau perusahaan tersebut harus bertanggung jawab dalam masalah sosialnya. Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul, **“Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang sudah di uraikan sebelumnya dapat diidentifikasi masalah-masalah yang muncul kaitannya dengan tema penelitian ini diantaranya adalah:

1. Tanggung jawab sosial perusahaan yang menghasilkan laba dengan mengambil keuntungan dari sumber daya alam khususnya di bidang konsumsi makanan dan minuman.
2. Dampak yang ditimbulkan setiap perusahaan berbeda-beda walaupun tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan sudah di atur dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007.

3. Masih banyak perusahaan yang tidak mentaati peraturan dalam bertanggung jawab masalah sosial atau disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk peningkatan nilai perusahaannya.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang, batasan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Periode penelitian yang dilakukan adalah tahun 2013-2017
3. Peneliti menggunakan 4 variabel yaitu Profitabilitas (X_1) yang diukur menggunakan rumus ROA (*Return On Asset*), Leverage (X_2) yang diukur menggunakan rumus DER (*Debt to Equity Ratio*), Ukuran Perusahaan (X_3) sebagai variabel independen dalam pengaruhnya terhadap Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) (Y) sebagai variabel dependen.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Profitabilitas yang diukur menggunakan rumus ROA (*Return On Asset*) terhadap pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) ?
2. Bagaimana pengaruh *Leverage* yang diukur menggunakan rumus DER (*Debt to Equity Ratio*) terhadap pengungkapan CSR (*Corporate Social*

Responsibility) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) ?

3. Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan CSR(*Corporate Social Responsibility*) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) ?
4. Bagaimana pengaruh Profitabilitas *Leverage* dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap pengungkapan CSR(*Corporate Social Responsibility*) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan judul dan permasalahan dalam penelitian ini maka dapat diuraikan bahwa tujuan yang akan di capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas yang diukur menggunakan rumus ROA (*Return On Asset*) terhadap pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Leverage* yang diukur menggunakan rumus DER (*Debt to Equity Ratio*) terhadap pengungkapan CSR(*Corporate Social Responsibility*) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan CSR(*Corporate Social Responsibility*) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap Pengungkapan CSR(*Corporate Social Responsibility*) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian diklasifikasikan menjadi dua, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis berkaitan dengan hasil-hasil pemikiran rasional yang dapat disumbangkan untuk mencakup penjelasan umum. Sedangkan manfaat praktis adalah usaha untuk mencoba memberikan tindakan berupa pemahaman yang tepat kepada masyarakat, pemerintah maupun perusahaan tentang pentingnya peran dan tanggung jawabnya dalam ruang lingkup pekerjaannya.

1.6.1 Manfaat Teoritis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi jawaban dan menambah pengetahuan atas permasalahan yang ingin diketahui, serta dapat menambah pengetahuan tentang pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR(*Corporate Social Responsibility*) perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan dapat menjadi bahan referensi penelitian sejenis yang tertarik untuk melakukan penelitian sejenisnya.

1.6.2 Manfaat Praktis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada perusahaan untuk lebih memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan nya yang diatur dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007.
- b. Bagi perusahaan yang diteliti adalah sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Agensi

Teori agensi menggambarkan perusahaan sebagai suatu titik temu antara pemilik perusahaan (*principal*) dengan manajemen (*agent*). Jensen dan Meckling menyatakan bahwa hubungan keagenan merupakan sebuah kontrak yang terjadi antara manajer (*agent*) dengan pemilik perusahaan (*principal*). Wewenang dan tanggung jawab agent maupun principal diatur dalam kontrak kerja atas persetujuan bersama. Konflik kepentingan dalam hubungan keagenan. Terjadinya konflik kepentingan antara pemilik dan agen karena kemungkinan agen bertindak tidak sesuai dengan kepentingan prinsipal, sehingga memicu biaya keagenan (*agency cost*). (Ii & Pustaka, 2008)

Teori agensi diharapkan bisa mengartikan potensi masalah kepentingan terhadap berbagai pihak yang mempunyai kepentingan dalam perusahaan itu. Masalah kepentingan ini ada dikarenakan ketidaksamaan kepentingan dari masing-masing pihak kepada posisi dan kepentingan pada perusahaan. Menjadi agen, manajer mempunyai tanggung jawab secara moral guna meningkatkan laba para pemilik (*principal*), namun demikian manajer juga menginginkan untuk selalu memperoleh kompensasi sesuai dengan kontrak. Dengan demikian terdapat dua kepentingan yang berbeda di dalam perusahaan di mana masing-masing pihak

berusaha untuk mencapai atau mempertahankan tingkat kemakmuran yang dikehendaki. Pada teori agensi juga dijelaskan mengenai masalah asimetri informasi (*information asymmetry*). Asimetri informasi antara manajemen (*agent*) dengan pemilik (*principal*) dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan tindakan oportunistik seperti manajemen laba (*earnings management*) mengenai kinerja ekonomi perusahaan sehingga dapat merugikan pemilik (pemegang saham).

Dengan adanya masalah agensi yang disebabkan karena konflik kepentingan dan asimetri informasi ini, maka perusahaan harus menanggung biaya keagenan (*agency cost*). *Agency cost* merupakan biaya yang dikeluarkan oleh prinsipal untuk biaya pengawasan terhadap agen, pengeluaran yang mengikat oleh agen, dan adanya *residual loss*. Adanya penyimpangan antara keputusan yang diambil agen dan keputusan yang akan meningkatkan kesejahteraan prinsipal akan menimbulkan kerugian atau pengurangan kesejahteraan prinsipal, nilai uang yang timbul dari adanya penyimpangan tersebut disebut *residual loss*. Perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dalam hal ini adalah *corporate environmental disclosure* memiliki tujuan untuk membangun *image* positif terhadap perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat.

Dalam rangka memberikan informasi pertanggung jawaban sosial perusahaan memerlukan biaya, sehingga laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah. Ketika perusahaan menghadapi biaya pengawasan dan biaya kontrak yang rendah dan visibilitas politis yang tinggi akan cenderung untuk mengungkapkan informasi pertanggung jawaban sosial. Jadi pengungkapan

informasi pertanggungjawaban sosial berhubungan positif dengan kinerja sosial, kinerja ekonomi dan visibilitas politis dan berhubungan negatif dengan biaya pengawasan dan biaya kontrak (biaya keagenan). Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang menghadapi biaya pengawasan dan biaya kontrak yang rendah cenderung akan melaporkan laba bersih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Kemudian sebagai wujud pertanggung jawaban, manajer sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak prinsipal dengan melakukan *corporate environmental disclosure* sebagai tindakan CSR.

Corporate environmental disclosure merupakan lambang yang dapat mengalihkan perhatian para investor dari pengawasan kecurangan keuntungan atau isu-isu lain dan merupakan hasil harga saham di pasar modal akan semakin tinggi seiring dengan meningkatnya kepercayaan para investor kepada kejelasan informasi yang diberikan oleh pihak perusahaan (Jensen and Meckling, 1976)

2.1.2 Teori Stakeholder

Teori Stakeholder (Freeman, 1984) mendefinisikan stakeholder seperti sebuah kumpulan atau individual yang dapat memberikan dampak atau terpengaruhi oleh hasil tujuan perusahaan. *Stakeholders* adalah para pemangku kepentingan, yaitu pihak atau kelompok yang berkepentingan, baik langsung maupun tidak langsung, terhadap eksistensi atau aktivitas perusahaan, dan karenanya kelompok tersebut memengaruhi dan/atau dipengaruhi oleh perusahaan.

Stakeholder termasuk di dalamnya yaitu *stockholders, creditors, employees, customers, suppliers, public interest groups, dan govermental bodies* (Freeman, 1984). *Stakeholder* pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk memengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu, *power stakeholder* ditentukan oleh besar kecilnya *power* yang dimiliki *stakeholder* atas sumber tersebut. *Power* tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk memengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (A Chariri dan Imam Ghozali., 2007)

Stakeholder dianggap penting oleh perusahaan dan sangat berpengaruh terhadap jalannya aktivitas perusahaan karena dalam menjalankan usahanya perusahaan tentu akan berhubungan dengan para stakeholder yang jumlahnya banyak sesuai dengan luas lingkup operasi perusahaan. Agar kegiatan usaha berjalan sesuai dengan harapan perusahaan maka diperlukan adanya hubungan serta komunikasi yang baik antara perusahaan dengan para stakeholder-nya. Hal ini sesuai dengan apa yang dinyatakan dalam teori stakeholder bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para stakeholder dimana pada akhirnya perusahaan akan memenuhi segala kebutuhan para stakeholder untuk mendapatkan dukungan seperti apa yang diharapkan oleh perusahaan.

2.1.3 *Corporate Social Responsibility*

Pengertian *Corporate Social Responsibility*, CSR, atau sering kali disebut sebagai tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak disampaikan oleh para pakar maupun lembaga internasional. Ada beberapa pengertian CSR menurut pakar ataupun lembaga, sebagai berikut:

1. (Kast FE, 2003:212) mengartikan Tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*) sebagai bentuk keterlibatan dari organisasi dalam upaya mengatasi kelaparan dan kemiskinan, mengurangi pengangguran dan tunjangan untuk pendidikan dan kesenian. Hal ini didasari pemikiran bahwa semua organisasi adalah sistem yang bergantung pada lingkungannya dan karena ketergantungan itulah maka suatu organisasi perlu memperhatikan pandangan dan harapan masyarakat.
2. (Putera Widenta Yuriko, 2011) merujuk dari beberapa aspek dalam hal ekonomi, CSR diharapkan bisa meninggikan atau mempengaruhi suatu bentuk ekonomi, dan bidang hukum perusahaan dituntut bisa menjalankan setiap peraturan yang berlaku tentang CSR yang berarti bahwa setiap perusahaan di Indonesia maupun perusahaan asing harus menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan dengan hukum yang berlaku, jika dari segi etika serta peran pada aspek sosial perusahaan wajib berkontribusi penting dalam menjaga etika pada aktivitas perusahaan itu seperti memperhatikan dampak yang ditimbulkan serta menjaga lingkungan setempat.

3. Menurut (Bertens, 2004) Tanggung Jawab (*Responsibility*) berarti suatu keharusan seseorang sebagai makhluk rasional dan bebas untuk tidak mengelak serta memberikan penjelasan mengenai perbuatannya, secara retrospektif dan prospektif.
4. (Suharto, 2007:16) mengatakan CSR adalah aktivitas bisnis yang berkomitmen untuk meningkatkan laba perusahaan secara finansial dan selain itu untuk pembangunan umum ekonomi wilayah secara holistik, melembaga dan jangka panjang. Hal pemberdayaan, CSR yaitu bagian dari peraturan perusahaan yang dilaksanakan secara rinci dan melembaga. CSR kemudian sangat erat kaitanya dengan CSP (*corporate social policy*), yaitu c dan roadmap perusahaan yang mengintegrasikan tanggung jawab ekonomis korporasi dengan tanggung jawab legal, etis, dan sosial.
5. CSR adalah komitmen berkesinambungan oleh dunia bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan manfaat kepada perkembangan ekonomi dari kelompok setempat ataupun masyarakat umum, bersamaan dengan kenaikan taraf hidup karyawan dan keluarganya (wibisono, 2007:7).

Rumus perhitungan CSR adalah sebagai berikut:

$$Disclosure\ Index = \frac{\text{Jumlah item CSR yang diungkapkan}}{79\ \text{Item informasi CSR versi GRI}}$$

Rumus 2. 1 Perhitungan CSR(*Corporate Social Responsibility*)

2.1.4 Profitabilitas

Tingkat profitabilitas adalah penilaian elektabilitas suatu perusahaan. Profit menyatakan ukuran dalam menilai presentase kekuatan suatu entitas untuk

mendapatkan keuntungan. Nilai profitabilitas didefinisikan dalam bentuk laba sebelum atau setelah pajak, keuntungan investasi, pendapatan per saham, dan penjualan.

Menurut (Prastowo Dwi dan Rifka Juliaty, 2008) menyatakan bahwa informasi kinerja perusahaan, terutama profitabilitas diperlukan untuk menilai perubahan potensial sumber daya ekonomi yang memungkinkan dimasa depan, sehingga dapat memprediksi kapasitas perusahaan dalam menghasilkan kas dan setara kas serta untuk merumuskan efektifikasi perusahaan dalam memanfaatkan tambahan sumber daya.

Profitabilitas merupakan indikator yang paling tepat untuk mengukur kinerja perusahaan. Pada umumnya ukuran profitabilitas yang digunakan adalah *Return on Equity* (ROE) dan *Return on Asset* (ROA). *Return on Asset* (ROA) memfokuskan kemampuan manajemen perusahaan dalam menghasilkan income dari pengelolaan aset perusahaan yang dimiliki, sedangkan *Return on Equity* (ROE) menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk mendapatkan net income (Dendawijaya Lukman, 2003).

Rasio ini mengukur efektifitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keutungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi dikutip dari (agus sartono op cit, 2014). Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan

kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan (Fahmi). Rumus perhitungan profitabilitas adalah sebagai berikut.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Rumus 2. 2 Perhitungan Profitabilitas

Keterangan:

ROA = *Return On Assets*

2.1.5 *Leverage*

(Ming, T. C & Gee, 2008) peningkatan dan penurunan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dapat diamati dari kinerja keuangan posisi hutang. (Cochran, Philip, 1984) *leverage* yang menggunakan DER mempunyai hubungan signifikansi pada CSR. (Ramdhaningsih and Utama, 2013) menemukan bahwa *leverage* yang diukur dengan *debt to equity ratio* berpengaruh negatif terhadap jumlah pengungkapan *corporate social responsibility*. (Apriliani and Natalylova, 2017) menemukan bahwa *leverage* yang diukur dari *debt to equity ratio* berpengaruh terhadap jumlah pengungkapan *corporate social responsibility*. (Majeed et al., 2015) menemukan bahwa *board* kepemilikan institusi memiliki pengaruh yang signifikan atau pun tidak signifikan sepanjang periode observasi dari tahun 2007 sampai 2011.. Rumus *debt to equity ratio* sebagai berikut:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Rumus 2. 3 Perhitungan *Leverage*

Keterangan:

DER = *Debt to Equity Ratio*

2.1.6 **Ukuran Perusahaan**

Menurut (Wijayanti dan Rahayu, 2008) suatu ukuran dimana bisa dikelompokkan besar atau kecil perusahaan terdiri dari banyak cara, yaitu: *total asset*, *log size*, nilai pasar saham dan lain-lain disebut ukuran perusahaan. Penelitian Moses dalam (Suwito and Herawaty, 2005) menemukan bukti bahwa perusahaan-perusahaan yang lebih besar memiliki dorongan yang lebih besar pula untuk melakukan perataan laba dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang lebih kecil, karena perusahaan-perusahaan yang lebih besar menjadi subjek pemeriksaan (pengawasan yang lebih ketat dari pemerintah dan masyarakat umum). Oleh karena itu penggunaan aktiva mampu merefleksikan ukuran perusahaan.

Pengaruh ukuran perusahaan pada pengungkapan CSR terlihat pada teori agensi, dimana semakin besar perusahaan maka perusahaan membutuhkan beban agensi yang sangat besar pula dalam aktivitas pengungkapan informasinya. Hak tersebut serupa dengan penelitian dari (Ayu et al, 2014) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

(junaidi, Jogiyanto Hartono, 2010) berpendapat bahwa, perusahaan besar mempunyai manajemen yang lebih baik dalam mengelola perusahaan dan berkemampuan menghasilkan laporan keuangan yang berkualitas jika dibandingkan dengan perusahaan kecil. Rumus perhitungan Ukuran Perusahaan adalah sebagai berikut:

$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{LOG} (\text{Nilai Total Asset})$
--

Rumus 2.4 Perhitungan Ukuran Perusahaan

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dan berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh (Yanti and Budiasih, 2016) tentang Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan pada pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi berupa laporan keuangan tahunan perusahaan Pertambangan yang diperoleh melalui BEI. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian membuktikan bahwa Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Hasil penelitian oleh (Syailendra, 2016) tentang hubungan *Leverage*, Profitabilitas dan *Size* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia pada periode penelitian dari tahun 2010 sampai 2014 dalam penelitiannya *Leverage* menggunakan DER, profitabilitas menggunakan *ROA* dan *Size* menggunakan LOG (Nilai Total Aset). Menggunakan program *evIEWS*, menghasilkan temuan *Leverage* dan Profit mempunyai hubungan signifikan pada CSR sedangkan *Size* tidak mempunyai hubungan signifikan pada jumlah pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh (Sari, Suzan, and Budiono, 2017) tentang Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate*

Social Responsibility teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi berupa data yang bersumber pada *Annual Report* yang dipublikasikan melalui Bursa Efek Indonesia. Pengujian dilakukan menggunakan *Software Eviews 9*. Hasil dari pengujian parsial membuktikan bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan dengan arah positif, begitu juga dengan ukuran perusahaan yang berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian yang dilakukan oleh (Santoso, Utomo, and Astuti, 2017) teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive sampling* dan menggunakan data yang diperoleh dari laporan keuangan, laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan. Teknik data dengan regresi linier berganda dan hasil yang ditemukan menunjukkan bahwa kepemilikan saham publik, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan profitabilitas dengan proksi ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Secara simultan kepemilikan saham publik, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian yang dilakukan oleh (Ayu et al, 2014) teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda. Hasilnya adalah variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif, sedangkan kepemilikan saham publik berpengaruh negatif pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian yang dilakukan oleh (Purba, 2015) metode pengambilan data dalam observasi ini adalah metode observasi *non participant* menggunakan analisis jalur dengan hasil ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh positif terhadap

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

profitabilitas, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *leverage*, dan ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*

No	Nama Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian/ No. ISSN	Variabel	Hasil Penelitian
1.	(Ni Kadek Ayu Giri Yanti & I Gusti Ayu Nyoman Budiasih, 2016)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan pada Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> ISSN : 2302-8556	Variabel Independen: Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan Variabel Dependen: CSR	Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan pada pengungkapan CSR
2	(Syailendra Eka Saputra, 2016)	Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas dan <i>Size</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. ISSN: 2302 – 1590	Variabel Independen: Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan <i>Size</i> Variabel Dependen: CSR	Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan <i>size</i> berpengaruh positif dan signifikan pada pengungkapan CSR

3	(Yasmira Sari, Leny Suzan, Eddy Budiono, 2017)	Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> ISSN: 2355-9357	Variabel Independen: Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Variabel Dependen: CSR	Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan pada pengungkapan CSR
4	(Agus Dwi Santoso, Supri Wahyudi Utomo, Elly Astuti, 2017)	Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> (Studi pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI periode 2012-2015) ISSN: 2337-9723	Variabel Independen: Kepemilikan saham publik, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Variabel Dependen: Corporate Social Responsibility <i>Disclosure</i>	Kepemilikan saham publik, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>CSR Disclosure</i> . Profitabilitas dengan proksi ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR
5	(Gusti Ayu Dyah Indraswari, Ida Bagus Putra Astika, 2015)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan CSR ISSN: 2302-8556	Variabel Independen: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik Variabel Dependen: Pengungkapan CSR	Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif sedangkan Kepemilikan Saham Publik berpengaruh negatif pada pengungkapan CSR.

6	(Ida Bagus Gde Indra Wedhana Purba, Putu Yadnya, 2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> terhadap Profitabilitas dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> ISSN: 2302-8912	Variabel Independen: Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> Variabel Dependen: Profitabilitas dan CSR	Ukuran perusahaan dan leverage berpengaruh positif terhadap profitabilitas, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>leverage</i> , dan ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan profitabilitas berpengaruh terhadap CSR
---	--	---	---	---

2.3 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Pengaruh Profitabilitas yang diukur menggunakan rumus ROA (*Return On Asset*) terhadap *Corporate Social Responsibility*

Menurut (Yanti and Budiasih, 2016) Hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR menurut (Kamil, 2012) adalah positif, dimana jumlah pengungkapan CSR akan semakin meningkat seiring dengan meningkatnya profitabilitas. Penelitian (Suaryana and Febriana, 2012) dan (Oktariani, 2014) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Karena ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi perusahaan akan memiliki dana untuk mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas, dengan demikian terdapat pengaruh positif antara profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Dengan profitabilitas yang tinggi, manajemen perusahaan wajib untuk mengungkapkannya

secara terbuka sehingga menimbulkan sinyal positif mengenai posisi perusahaan saat itu.

2.3.2 Pengaruh *Leverage* yang diukur menggunakan rumus DER (*Debt to Equity Ratio*) terhadap *Corporate Social Responsibility*

(Ross et al, 2010) mengungkapkan *leverage* sebagai bagian dari kinerja keuangan perusahaan yang fundamental, *leverage* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam melakukan pengelolaan terhadap sumber dana baik yang berasal dari hutang atau pun dari aset yang dimiliki perusahaan. Peningkatan rasio *leverage* menunjukkan tingginya kebutuhan perusahaan terhadap dana segar, selain itu tingginya nilai *leverage* juga mengungkapkan ketergantungan perusahaan pada hutang yang dapat menciptakan risiko bagi kelangsungan hidup perusahaan. (Ming, T. C & Gee, 2008) menemukan bahwa kinerja keuangan perusahaan yang diamati dari posisi hutang dapat mendorong peningkatan dan penurunan pengungkapan *corporate social responsibility*. Ketika posisi *leverage* perusahaan terus mengalami peningkatan, asumsi pasar yang terbentuk akan menyimpulkan bahwa perusahaan sangat memiliki ketergantungan yang tinggi pada hutang, dan risiko untuk melaksanakan kegiatan investasi didalam perusahaan menjadi relatif tinggi, akan tetapi jika hutang ditingkatkan untuk memacu kinerja dan membiayai berbagai kegiatan yang produktif seperti peningkatan pengungkapan *corporate social responsibility*, kebijakan untuk mendorong peningkatan porsi hutang dianggap sangat tepat dilaksanakan.

2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*

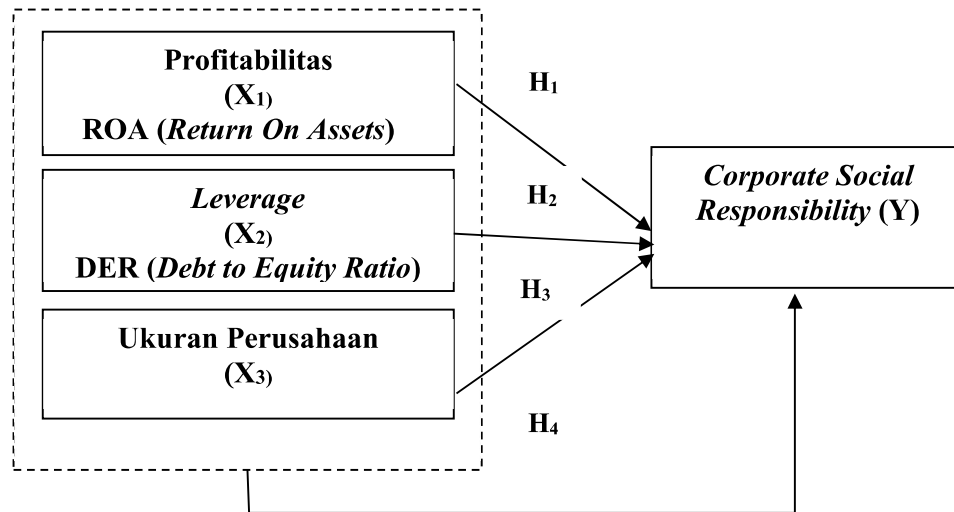
Menurut (Sari et al, 2017) Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Ukuran perusahaan adalah variabel yang dipakai guna mengukur pelaksanaan CSR. Perusahaan yang masuk kedalam golongan perusahaan besar berpotensi mempunyai informasi yang lebih tinggi dibandingkan pada perusahaan yang berskala kecil. Umumnya perusahaan berskala besar mempunyai penjualan sangat tinggi, harta yang besar, sistem informasi yang jelas, skill karyawan yang baik, sehingga membutuhkan tingkat pengungkapan yang luas. Pendapat ini didukung oleh penelitian Indraswari dan Astika, bahwa ukuran perusahaan dengan log total aset mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

2.3.4 Pengaruh Profitabilitas *Leverage* dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Setiap perusahaan memiliki dampak yang berbeda-beda terhadap lingkungan sosialnya, mengingat banyak faktor yang mempengaruhinya seperti tingkat likuiditasnya, tingkat profitabilitas, tingkat leverage, kendala sosial yang dimiliki, umur perusahaan dan *size* (ukuran perusahaan).

Seperti penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti tentang Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan pada *Corporate Social Responsibility* (Yanti and Budiasih, 2016) menghasilkan bahwa Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan tinjauan penelitian terdahulu yang telah dikemukakan diatas maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁= Profitabilitas yang diukur menggunakan rumus ROA berpengaruh pada CSR

H₂= *Leverage* yang diukur menggunakan rumus DER berpengaruh pada CSR

H₃= Ukuran Perusahaan berpengaruh pada CSR

H₄= Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan pada CSR

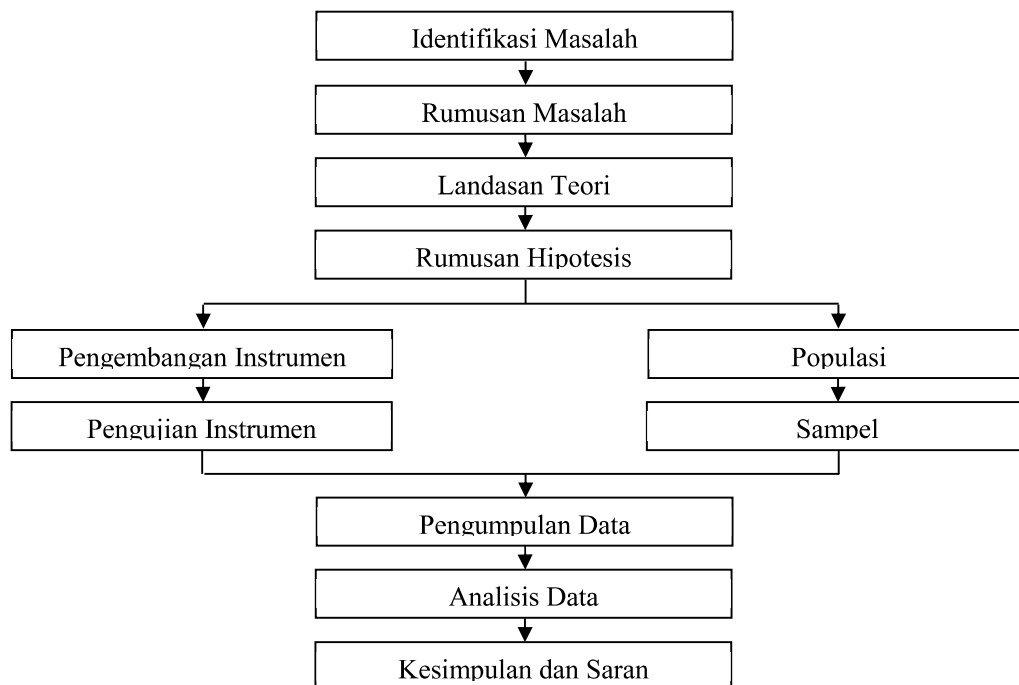
BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Prosedur serta metode dalam penyusunan penelitian yang bermanfaat sebagai pedoman guna membuat rencana yang menyajikan desain penelitian disebut dengan penelitian sebab akibat adalah suatu ide pemikiran ilmiah guna menyusun suatu penelitian metodologi disebut desain penelitian. Penelitian ini memakai metode Kuantitatif yaitu cara yang dipakai untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Menurut (Sugiyono, 2012:30) komponen dan pelaksanaan penelitian yaitu setiap penelitian selalu berdasarkan dari masalah. Adapun desain pada penelitian ini yaitu:

Gambar 3. 1 Desain Penelitian



3.2 Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian adalah suatu makna yang diberikan pada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut (Moh. Nazir, 2003:126)

3.2.1 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel terikat yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012:59). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (Y).

3.2.1.1 *Corporate Social Responsibility* (Y)

Menurut (Kotler, P. and Nancy, 2005) *Corporate Social Responsibility* atau CSR didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan.

3.2.2 Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel bebas yang mempunyai pengaruh atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2012). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Profitabilitas (X_1), *Leverage* (X_2) dan Ukuran perusahaan (X_3).

3.2.2.1 Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri (Agus Sartono, 2000) Rasio yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Return on Assets (ROA) Tingkat pengembalian aset merupakan rasio profitabilitas untuk menilai persentase keuntungan (laba) yang diperoleh perusahaan terkait sumber daya atau total asset sehingga efisiensi suatu perusahaan dalam mengelola asetnya bisa terlihat dari persentase rasio ini.

3.2.2.2 Leverage

Menurut (Agnes Sawir, 2000) menjelaskan rasio leverage sebagai berikut: Rasio *leverage* mengukur tingkat solvabilitas suatu perusahaan. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansialnya seandainya perusahaan pada saat itu dilikuidasi. Dengan demikian solvabilitas berarti kemampuan perusahaan untuk membayar utang – utangnya, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Debt of Equity Ratio, Rasio ini menggambarkan perbandingan utang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri perusahaan tersebut untuk memenuhi seluruh kewajibannya.

3.2.2.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menurut (Agus R. Sartono, 2010:249) didefinisikan sebagai berikut: “Perusahaan besar yang sudah *well established* akan lebih mudah memperoleh modal di pasar modal dibanding dengan perusahaan kecil. Karena

kemudahan akses tersebut berarti perusahaan besar memiliki fleksibilitas yang lebih besar.

Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan log total aktiva karena untuk memudahkan penelitian disebabkan oleh jumlah total aktiva perusahaan mencapai puluhan triliun sedangkan variabel dependen maupun independen menggunakan skala pengukuran rasio oleh sebab itu, ukuran perusahaan diukur menggunakan log (Nilai Total Aset).

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Rumus	Skala
1.	<i>Corporate Social Responsibility</i> (Y)	“Kepedulian perusahaan yang menisakan separuh labanya untuk urusan pembangunan dan lingkungan guna berkelanjutan berlandaskan tata cara yang tepat dan terpercaya” (Edy Suharto, 2009:105).	$\text{Disclosure Index} = \frac{\text{Jumlah item CSR yang diungkapkan}}{79 \text{ Item informasi CSR versi GRI}}$	Rasio
2.	Profitabilitas (X ₁)	Rasio laba atau profitabilitas adalah rasio yang dipakai guna menguji efisiensi kegunaan harta perusahaan ataupun kekuatan suatu perusahaan guna menghasilkan keuntungan selama waktu tertentu (biasanya semesteran,	$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$	Rasio

Tabel 3.1 Lanjutan

	Variabel	Definisi Variabel	Rumus	Skala
		triwulanan dan) guna melihat kemampuan perusahaan dalam menjalankan secara efisien. Susan Irawati (2006:58)		
3.	<i>Leverage</i> (X ₂)	<i>leverage</i> merupakan pemakaian harta dan sumber dana oleh manajemen yang mempunyai beban tetap dan berarti sumber dana yang berawal dari utang karena mempunyai bunga Sjahrial (2009:147)	$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$	Rasio
4.	Ukuran Perusahaan (X ₃)	Ukuran organisasi atau perusahaan adalah berdasarkan jumlah peserta yang berpengaruh dengan pemilihan proses pengendalian pelaksanaan dalam mencapai tujuan tertentu. Torang (2012:93)	$LOG = \text{Nilai Total Aset}$	Rasio

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi yaitu objek yang terdapat ciri yang diinginkan oleh seorang peneliti dalam suatu penelitian yang memuat informasi untuk di tarik inti dari permasalahannya (Sugiyono, 2012). Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga

obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Dalam riset ini yang jadi populasi yaitu semua perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang *listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017 sebanyak 43 perusahaan., terdiri dari:

Tabel 3. 2 Populasi Penelitian

No	Kode Saham	Nama Emiten
1	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk.
2	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk.
3	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.
4	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
5	DLTA	Delta Djakarta Tbk.
6	DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk.
7	GGRM	Gudang Garam Tbk.
8	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.
9	HSMP	H.M. Sampoerna Tbk.
10	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.
11	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
12	INAF	Indofarma Tbk.
13	INDF	indofood Sukses Makmur Tbk.
14	KAEF	Kimia Farma Tbk.
15	KICI	Kedaung Indah Can Tbk
16	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
17	MBTO	Martina Berto Tbk.
18	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.
19	MRAT	Mustika Ratu Tbk.
20	MYOR	Mayora Indah Tbk.
21	RMBA	Bentoel Internasional Investama Tbk.
22	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.
23	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.
25	TCID	Mandom Indonesia Tbk.
24	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk.
26	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading CO Tbk.
27	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.
28	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk.
29	ADES	Akasha Wira International Tbk.
30	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk
31	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk

32	CINT	Chitose Internasional Tbk.
33	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.
34	HRTA	Hartadinata Abadi Tbk.
35	IIKP	Inti Agri Resources Tbk
36	KINO	Kino Indonesia Tbk.
37	KPAS	Cottonindo Ariesta Tbk.
38	LMPI	Langgeng Makmur Industri Tbk.
39	MERK	Merck Tbk.
40	MGNA	Magna Investama Mandiri Tbk.
41	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk
42	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk.
43	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk

Sumber: Data sekunder yang di olah(2018)

Sampel merupakan sebagian total dan kriteria yang dipunyai oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010:118) metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*. Maknanya sampel yang diambil dapat mewakili atau representatif bagi populasi tersebut. Teknik *Purposive sampling* ini di dalam pengambilan sampelnya, peneliti menentukan beberapa kriteria di dalam populasi. Adapun kriteriannya adalah:

1. Perusahaan tergolong kedalam perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Perusahaan telah menerbitkan dan mempublikasikan laporan keuangan tahunan berturut-turut dari tahun 2013-2017.
3. Perusahaan sampel menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangannya.
4. Perusahaan sampel melakukan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan untuk periode yang berakhir pada 31 Desember selama tahun 2013-2017.

5. Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu yang memiliki informasi Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan.

Berdasarkan kriteria-kriteria di atas maka diperoleh sampel penelitian sebagai berikut.

Tabel 3. 3 Sampel Penelitian

No	Kode Saham	Nama Emiten
1	ADES	Akasha Wira International Tbk.
2	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk
3	DLTA	Delta Djakarta Tbk.
4	GGRM	Gudang Garam Tbk.
5	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
6	INDF	indofood Sukses Makmur Tbk.
7	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
8	MERK	Merck Tbk.
9	MYOR	Mayora Indah Tbk.
10	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.
11	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk.
12	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading CO Tbk.
13	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk.

Sumber: Data sekunder yang di olah (2018)

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Data yang dipakai oleh peneliti yaitu data sekunder. Data yang berujuk pada informasi yang didapat dari sumber yang ada disebut data sekunder. Sumber data adalah memo atau dokumentasi perusahaan, *website* pemerintah, analisa industri oleh media, internet dan seterusnya. Data ini didapatkan dari catatan-catatan serta buku yang berkaitan dengan penelitian ini serta didapatkan melalui:

1. Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) / (web.idx.id)
2. Jurnal terdahulu dan buku yang terkait dengan penelitian
3. Website perusahaan sampel yang dipakai dalam penelitian ini

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Penggunaan metode pada penelitian ini adalah metode dokumentasi. Menurut (Sugiyono, 2013:118) dokumen adalah catatan kegiatan yang pernah terjadi. Dokumen seperti catatan, gambar, atau karya-karya dari seseorang. *IDX Statistic* adalah tempat memperoleh data berupa laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman. Pengumpulan data dan instrumen pengumpulan data merupakan hal penting dalam penelitian, Pengumpulan data dan instrumen penelitian adalah merupakan alat yang digunakan untuk meneliti dan mengumpulkan data dan disajikan dalam bentuk sistematis guna memecahkan atau menganalisis suatu hipotesis.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis data merupakan salah satu proses penelitian yang dilakukan setelah semua data yang diperlukan guna memecahkan permasalahan yang diteliti sudah diperoleh secara lengkap. (Sugiyono, 2012:147) menyebutkan bahwa teknik analisis data pada penelitian kuantitatif menggunakan statistik, dalam penelitian ini menggunakan teknik statistik deskriptif. (Sugiyono, 2012:148) menyatakan statistik deskriptif merupakan statistik yang dipakai untuk menganalisis data

menggunakan cara menjabarkan data yang sudah ada dalam bentuk apa adanya tanpa ada niat untuk membuat simpulan yang berguna untuk masyarakat luas atau generalisasi.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1 Uji Normalitas

Menurut (duwi priyatno, 2012:144) Uji normalitas adalah untuk menilai dalam nilai residual yang didapatkan dari model regresi tersalurkan secara normal atau tidak. Jenis regresi yang benar yaitu yang mempunyai angka residual yang tersusun normal. Cara yang dipakai bisa *Histogram Regression* , analisis *p-plots* dan juga menggunakan nilai *Kolmogorov-Smirnov*.

Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan ploating data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi atau residual normal, maka garis yang menggambarkan data yang sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Uji normalitas dengan 71 grafik dapat dilakukan dengan program SPSS dengan analisis grafik *Normal Probability Plot*. Kurva nilai residual terstandarisasi dikatakan normal jika:

- a. Nilai sig < 0,05, distribusi adalah tidak normal.
- b. Nilai sig > 0,05, distribusi adalah normal.

3.5.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dipakai guna menilai ada atau tidaknya kesalahan, asumsi klasik multikolinearitas adalah adanya korelasi linear antar variabel bebas pada model regresi. Saat variabel bebas saling berhubungan, maka variabel ini tidak *orthogonal*. Variabel *ortogonal* merupakan variabel bebas yang dimana hubungan

korelasi antar sesama variabel bebas senilai dengan nol (Ghozali, 2013:105). Dengan menggunakan nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi. Prasyarat yang harus ada dalam model regresi adalah tidak adanya gejala multikolinearitas. Ada beberapa cara pengujian yang bisa digunakan diantaranya yaitu

- 1) Dengan melihat nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi,
- 2) Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2), dan
- 3) Dengan melihat nilai *eigenvalue* dan *condition index*.

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Imam Ghozali (2013: 105) Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menilai apakah pada jenis regresi terjadi perbedaan variasi dari residual antar pengamatan, jika variasi dari residual antar pengamatan tidak sama maka dinamakan yaitu gejala heteroskedastisitas Imam Ghozali (2013: 105). Metode untuk menguji heterokedastisitas adalah pengujian menggunakan SPSS v.21 gambar *scatterplot* untuk membandingkan prediksi variabel dependen dengan residualnya.. Menurut (imam ghozali, 2013) dasar pengambilan keputusan uji tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Jika ada titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan adanya heterokedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y maka mengindikasikan tidak terjadi heterokedastisitas.

5.5.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan menilai bahwa dalam jenis regresi linear terdapat hubungan antar kesalahan gangguan di periode t dengan kesalahan gangguan di periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghozali, 2013:110) cara yang dapat digunakan untuk uji autokorelasi ini adalah Uji *Durbin-Watson*. Uji *Durbin-Watson* hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variabel independen. Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi:

Tabel 3. 4 Dasar Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tdk ada autokorelasi positif	<i>No decision</i>	$dl \leq d \leq du$
Tdk ada korelasi negative	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tdk ada korelasi negative	<i>No decision</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tdk ada autokorelasi positif atau negative	Tdk ditolak	$du < d < 4 - du$

3.5.3 Pengujian Hipotesis

3.5.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dipakai dengan tujuan guna mencari korelasi antara variabel satu dengan lainnya, dan memperlihatkan arah korelasi antara variabel terikat dengan variabel bebas (Ghozali, 2013:96). Jenis analisis regresi linear berganda dengan sendirinya menyatakan bentuk hubungan linear antar variabel bebas dengan variabel terikatnya. Sedangkan menurut (Wibowo, 2012), analisis regresi linear berganda pada dasarnya merupakan analisis yang memiliki pola teknik dan substansi yang hampir sama dengan analisis regresi linear

seederhana. Model regresi linear berganda dengan sendirinya menyatakan suatu bentuk hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependennya.

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuktikan sejauh mana pengaruh variabel independen (*Profitabilitas, Leverage* dan *Ukuran Perusahaan*) terhadap variabel dependen (*Corporate Social Responsibility*). Adapun persamaan untuk untuk menguji hipotesis secara keseluruhan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \varepsilon$$

Rumus 3. 1 Regresi Linier Berganda

keterangan:

Y	= CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>)
a	= Konstanta
b ₁ -b ₃	= Koefisien Regresi
x ₁	= Profitabilitas
x ₂	= <i>Leverage</i>
x ₃	= Ukuran Perusahaan
ε	= <i>error item</i>

3.5.3.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (T) umumnya memperlihatkan sejauh apa hubungan variabel bebas secara tersendiri menjelaskan keberagaman variabel terikat (Ghozali, 2006). Pembuktian parsial regresi ditujukan guna menilai adakah variabel independen secara parsial memiliki pengaruh ke variabel terikat dengan pandangan variabel

yang lain itu konstan. Untuk melakukan pengujian t maka dapat digunakan dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \beta_n / S\beta_n$$

Rumus 3. 2 Uji Parsial (Uji t)

t : mengikuti fungsi t dengan derajat kebebasan (df).

β_n : koefisien regresi masing-masing variabel.

$S\beta_n$: standar error masing-masing variabel.

Dasar pengambilan keputusan:

a. Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ (α) atau T hitung $< T$ tabel berarti hipotesa tidak terbukti maka H_0 diterima H_a ditolak, bila dilakukan uji secara parsial.

b. Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ (α) atau T hitung $> T$ tabel berarti hipotesa terbukti maka H_0 ditolak dan H_a diterima, bila dilakukan uji secara parsial.

3.5.3.3 Uji F

Uji F merupakan pengujian untuk menilai bagaimana variabel-variabel independen secara bersamaan berpengaruh ke variabel dependen. Dengan tingkat distribusi yang digunakan yaitu 5 %. Jika angka F menghasilkan perhitungan lebih tinggi dari angka F tabel maka hipotesis cadangan yang mengatakan bahwa seluruh variabel bebas secara bersamaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Gunjarati, 2001).

$$F = \frac{R^2 / k}{(1-R^2) / (n-k-1)}$$

Rumus 3. 3 Uji F

Dimana:

R^2 : koefisien determinasi

n : Jumlah sampel

k : Jumlah variabel bebas

Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ (α) atau F hitung $< F$ tabel berarti hipotesis tidak terbukti maka H_0 diterima H_a ditolak bila dilakukan secara simultan.
- b. Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ (α) atau F hitung $> F$ tabel berarti hipotesis terbukti maka H_0 ditolak dan H_a diterima bila dilakukan secara simultan.

3.5.3.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pengukuran yang menjadi tolak ukur kekuatan variabel dalam menggambarkan keberagaman variabel terikatnya (Ghozali, 2006) nilai determinasi digambarkan dari nol dan satu nilai determinasi yang rendah maka kekuatan dalam menggambarkan keberagaman variabel terikatnya sangat dibatasi. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Dalam *output* SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel model *summary* dan tertulis *R square*. Nilai *R square* dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai *R square* berkisar antara 0 sampai 1. Rumus koefisien determinasi dapat ditunjukkan sebagai berikut:

$$D = r^2 \times 100\%$$

Rumus 3. 4 Koefisien Determinasi

keterangan:

D = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian penulis adalah pada kantor Bursa Efek Indonesia Kota Batam Kompleks Mahkota Raya blok A No. 11 Jalan H. Fisabilillah Batam Kota, Teluk Tering Batam, Kepulauan Riau 29456.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Peneliti melakukan penelitian dengan menghabiskan waktu selama 6 bulan dengan rincian dua minggu peneliti melakukan identifikasi masalah, dua minggu peneliti melakukan pengajuan judul dan tinjauan pustaka, tiga minggu peneliti melakukan pengumpulan data, empat minggu peneliti melakukan pengolahan data, dua minggu peneliti melakukan analisis dan pembahasan, satu minggu peneliti melakukan kesimpulan dan saran. Berikut ini merupakan jadwal penelitian yang telah disusun.

Tabel 3. 5 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Sep	Okt				Nov	Des			Jan			Feb	
		2018	2018				2018	2018			2019			2019	
		4	1	2	3	4	1	2	2	3	4	2	3	4	1
1	Identifikasi Masalah														
2	Pengajuan Judul dan Tinjauan Pustaka														
3	Pengumpulan Data														
4	Pengolahan Data														
5	Analisis dan Pembahasan														
6	Simpulan dan Saran														

Sumber: Data Penelitian (2018)