

**ANALISIS PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, TIPE
INDUSTRI, DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DAN DAMPAKNYA PADA REAKSI INVESTOR**

**(Studi Empiris pada Perusahaan Peraih *Asia Sustainability Report
Rating*)**

RINGKASAN SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Akuntansi**



Disusun Oleh:

TITO RACHMAN WICAKSONO

11 15 28354

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2020

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, TIPE
INDUSTRI, DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DAN DAMPAKNYA PADA REAKSI INVESTOR
(Studi Empiris pada Perusahaan Peraih
***Asia Sustainability Report Rating*)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

TITO RACHMAN WICAKSONO

No Induk Mahasiswa: 1115 28354

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 19 Februari 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Bidang Akuntansi.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Rusmawan Wahyu Anggoro, Dr, MSA, CA, Ak

Penguji



Lita Kusumasari, SE, MSA, Ak

Yogyakarta, 19 Februari 2020
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua




Haryono Subiyakto, Dr., M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh ukuran perusahaan, tipe industri, dan kinerja keuangan yang terdiri dari profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap reaksi investor. Penelitian ini menggunakan sampel laporan tahunan perusahaan peraih *asia sustainability report rating* 2018 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan aplikasi WarpPLS 6.0. Hasil pengujian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Tipe industri memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. *Leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap reaksi investor.

Kata Kunci: ukuran perusahaan, tipe industri, profitabilitas, *leverage*, pengungkapan *corporate social responsibility*, reaksi investor.

ABSTRACT

This study aims to obtain empirical evidence about the effect of company size, company profile, and financial performance consisting of profitability and leverage on corporate social responsibility disclosure and the effect of corporate social responsibility disclosure on investor reactions. This study uses a sample of 2018 Asia Sustainability Report rating companies that have been listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2014-2018 period. The data analysis method used in this study is the Partial Least Square (PLS) method using the WarpPLS 6.0 application. The test results show that company size and profitability do not have an influence on corporate social responsibility disclosure. Company profile has a positive influence on corporate social responsibility disclosure. Leverage has a negative effect on corporate social responsibility disclosure. Disclosure of corporate social responsibility has a positive effect on investor reaction.

Keyword: company size, company profile, profitability, leverage, corporate social responsibility disclosure, investor reaction.

I. PENDAHULUAN

Perusahaan sebagai entitas ekonomi diharapkan untuk memperoleh keuntungan atas operasi pada satu periode, tetapi pada masa sekarang ini perusahaan juga harus memperhatikan hal yang lain. Perusahaan harus ikut serta menjaga kelangsungan hidup masyarakat beserta lingkungan karena perusahaan merupakan salah satu bagian dari masyarakat atau lingkungan sekitar. Perusahaan sebagai salah satu bagian dari masyarakat atau lingkungan memiliki hak dan kewajiban, perusahaan memperoleh hak dalam mengoperasikan usaha sesuai dengan jenis usaha atau industri. Oleh karena itu, perusahaan atau entitas berkewajiban untuk mengikuti ketentuan umum yang berlaku.

Salah satu ketentuan yang harus dipenuhi oleh perusahaan adalah bertanggung jawab terhadap pemangku kepentingan, pemangku kepentingan terdiri dari dua kelompok, yaitu kelompok pihak internal dan eksternal perusahaan. Tanggung jawab sosial yang dipikul perusahaan timbul dikarenakan bahwa keputusan yang dibuat oleh perusahaan tidak cukup dengan hanya melihat laporan keuangan saja. *Global Compact Initiative* (GCI) menyebut fenomena ini dengan 3P (*profit, people, planet*), yaitu tujuan dari usaha bisnis tidak hanya mencari keuntungan (*profit*), namun juga untuk menyejahterakan masyarakat (*people*), dan turut menjaga keberlangsungan hidup bumi (*planet*) (Elkington, 1997)

National Center for Sustainability Reporting (NCSR) merupakan organisasi independen pertama yang mengembangkan pelaporan berkelanjutan di Indonesia. NCSR memprakarsai peringkat *Asia Sustainability Report Rating* (ASRR) 2018, yang sebelumnya disebut *Sustainability Reporting Awards* (SRA) yang sudah hadir sejak tahun 2005. Tujuan penghargaan ini juga untuk memotivasi dan mempercepat

keberlanjutan pelaporan perusahaan dengan menghargai upaya luar biasa untuk mengkomunikasikan kinerja perusahaan dalam tiga aspek (ekonomi, sosial dan lingkungan). Selaras dengan tujuannya maka, penghargaan tersebut berfokus pada transparansi dan kepatuhan pelaporan terhadap pedoman pelaporan keberlanjutan yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiative (GRI)*.

Regulasi yang berlaku di Indonesia adalah Undang-Undang (UU) Nomor 25 Tahun 2007 mengenai Penanaman Modal pada Pasal 15 huruf b dengan bunyi: “Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”. Regulasi lainnya yang mengatur CSR di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 (UU No 40 2007) mengenai PT yang yang berhubungan dengan Sumber Daya Alam (SDA) untuk mengungkapkan tanggung jawab lingkungan dan sosial. Regulasi lain yaitu UU PT pasal 74 (1) menyebutkan bahwa: “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Sanksi sesuai peraturan akan diberikan kepada perusahaan yang tidak melaksanakan ketentuan tersebut.

Bagi perusahaan yang telah melakukan kegiatan CSR akan menganggap penting mengenai pengungkapan CSR yang dilaporkan pada laporan tahunan perusahaan. Perusahaan yakin melalui CSR dapat memperoleh dampak positif bagi masyarakat luas maupun bagi perusahaan itu sendiri, seperti efek timbal balik yang dilakukan perusahaan kepada masyarakat perusahaan dapat memberdayakan masyarakat dengan melakukan kegiatan CSR.

Kegiatan CSR dan pengungkapan CSR perusahaan juga mempunyai dampak reaksi bagi pasar modal, investor perlu memasukkan masalah lingkungan

dan sosial sebagai variabel yang berkaitan dalam proses pembuatan keputusan investasi (Patten, 2002). Reaksi investor terjadi pada pasar yang efisien, investor di pasar Indonesia bereaksi cepat terhadap informasi yang baru dan sedang beredar hal ini disebut bentuk pasar efisien setengah kuat (Hartono & Jogiyanto, 2003; WBCSD, 1995).

Sampel penelitian mengacu pada perusahaan-perusahaan yang meraih penghargaan *Asia Sustainability Report Rating (ASRR)* pada tahun 2018 dan perusahaan yang meraih penghargaan ASRR telah menerbitkan atau melaporkan Laporan Keuangan (*financial report*) dan/atau Laporan Tahunan (*annual report*) tahun 2014 sampai dengan tahun 2018. Sehingga peneliti melakukan serangkaian proses penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Kinerja Keuangan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Dampaknya pada Reaksi Investor (Studi Empiris Perusahaan Peraih *Asia Sustainability Report Rating*)”**.

II. TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Agensi

Teori agensi (*agency theory*) menjelaskan hubungan keagenan yang menyatakan bahwa perusahaan ialah kumpulan dari kontrak (*nexus of contract*) antara pemilik perusahaan yang mempunyai sumber daya ekonomis (*principal*) dan manajemen perusahaan (*agent*) yang diberikan wewenang untuk mengurus dan mengatur pengendalian dan penggunaan dari sumber daya ekonomis (Jensen & Meckling, 1976). Teori ini menjelaskan hubungan antara dua pihak yang disebutkan sebelumnya, pihak-pihak tersebut mempunyai kedudukan masing-masing. Pihak pertama sebagai prinsipal merupakan pihak yang memberi tugas orang yang

ditunjuk dalam hal ini adalah pihak kedua yang ditunjuk oleh principal adalah agen. Agen sebagai pihak kedua bisa disebut juga sebagai manajemen. Agen adalah sekumpulan orang dalam posisi yang tinggi dalam perusahaan melakukan pekerjaan yang cukup berat untuk melaksanakan tugas yang didelegasikan oleh prinsipal. Manajemen yang bertugas sebagai agen memiliki tanggung jawab kepada prinsipal untuk memberikan laporan kepada prinsipal. Laporan yang dipertanggungjawabkan oleh agen dalam bentuk laporan keuangan dalam laporan tahunan yang juga dipublikasikan kepada publik. Pengungkapan CSR yang wajib maupun sukarela dilakukan manajemen dalam laporan tahunan perusahaan sebagai kontrak komitmen perusahaan untuk melaksanakan kegiatan yang berbeda level dalam hal sosial dan lingkungan.

Teori Stakeholders

Teori *stakeholders* dapat didefinisikan sebagai sebuah individu, grup/organisasi yang dapat memiliki pengaruh atau dapat dipengaruhi untuk kelangsungan tujuan yang dimiliki organisasi tersebut (Freeman, 1984). Teori *stakeholders* biasa disebut dengan pemangku kepentingan yang menjelaskan tentang pengungkapan CSR oleh manajemen dan semakin luas yang diungkapkan dalam laporan pengungkapan CSR mempengaruhi keputusan dari *stakeholders* untuk berkontribusi kepada perusahaan. Dalam hal ini, pemangku kepentingan memiliki dua sifat diantaranya mempengaruhi maupun dipengaruhi yaitu pihak internal maupun pihak eksternal. Kegiatan mempengaruhi dan dipengaruhi baik langsung maupun tidak langsung atas aktivitas yang diambil dan kebijakan yang dibuat oleh perusahaan.

Teori Efisiensi Pasar Modal

Teori efisiensi pasar modal dapat didefinisikan sebagai suatu kecepatan dan ketepatan untuk menyertakan informasi ke dalam harga sekuritas yang dilakukan oleh pasar modal (Fama, 1970). Terdapat tiga bentuk efisiensi pasar (Fama, 1970). Pertama, efisiensi pasar bentuk lemah (*weak form*) merupakan bentuk pasar keuangan dengan harga sekuritas yang mencerminkan informasi masa lalu saja. Kedua, efisiensi pasar bentuk setengah kuat (*semi-strong form*) merupakan bentuk pasar keuangan dengan harga sekuritas yang mencerminkan informasi terpublikasi secara resmi. Ketiga, efisiensi pasar bentuk kuat (*strong form*) merupakan bentuk pasar keuangan dengan harga sekuritas yang mencerminkan baik informasi terpublikasi secara resmi atau pun informasi rahasia sekaligus.

Informasi yang tercermin dalam hal diatas adalah besarnya suatu informasi dan lengkapnya butir-butir dari pengungkapan informasi perusahaan dalam pemenuhan kewajiban sebagai kekuatan dalam kegiatan pengungkapan *corporate social responsibility*. Bagaimana reaksi yang dihasilkan suatu pasar terhadap informasi yang secara lengkap diungkapkan agar mencapai titik harga keseimbangan adalah suatu hal yang penting. Kondisi pasar yang efisien dimana titik harga keseimbangan secara cepat dan akurat dapat tercapai dari informasi-informasi yang tersedia dalam kondisi pasar (Hartono & Jogiyanto, 2003).

Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan memiliki pengertian kegiatan yang melaksanakan kewajiban sebagai entitas untuk ikut berpartisipasi dalam pemberdayaan lingkungan dan sosial yang berguna bagi organisasi itu sendiri maupun *stakeholders* dan manusia serta lingkungan sekitar perusahaan. *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD,

1995) berpendapat bahwa CSR merupakan suatu mekanisme dari organisasi dalam berkontribusi secara sukarela pada kegiatan pembangunan perekonomian dan menunjukkan perhatian terhadap aspek lingkungan dan sosial, melalui kegiatan yang berkoordinasi dengan karyawan, keluarga dari karyawan serta warga sekitar perusahaan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan dapat didefinisikan sebagai kegiatan untuk menyajikan item-item informasi yang perlu di komunikasikan agar tujuan dari pelaporan tercapai sekaligus sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada *stakeholders* dalam bentuk internal maupun eksternal. Seberapa lengkap item-item informasi yang diungkapkan dan dilaporkan pada laporan pengungkapan CSR merupakan tingkat pengungkapan CSR. Semakin transparan manajemen dalam mengungkapkan item informasi atas kegiatan CSR perusahaan, maka akan mengakibatkan kenaikan pada tingkat pengungkapan atas kegiatan CSR.

Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Publikasi & Peneliti	Hasil
1.	Karakteristik Perusahaan dan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta.	Jurnal MAKSI (Sembiring, 2005)	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran Perusahaan, Profil, dan Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Pengungkapan CSR. • Profitabilitas dan <i>Leverage</i> menunjukkan bukti yang berbeda yaitu tidak mempunyai

			pengaruh pada Pengungkapan CSR.
2.	Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR dan Dampaknya terhadap Reaksi Investor.	Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia 5(2) (Yuliana, R., 2008)	<ul style="list-style-type: none"> • Profil Perusahaan berpengaruh positif terhadap level keluasan Pengungkapan CSR. • Konsentrasi Kepemilikan (pemegang saham) perusahaan berpengaruh pada level luasnya pengungkapan CSR. • Ukuran Perusahaan (<i>Size</i>), Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris tidak memperoleh bukti yang signifikan pada hubungan pengaruh dengan level luasnya pengungkapan CSR. • Level Keluasan Pengungkapan CSR berpengaruh dengan arah positif terhadap Reaksi Investor.
3.	Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Sosial (<i>Social Disclosures</i>) dalam Laporan Tahunan Emiten di BEJ dan BES.	Universitas Diponegoro (Hasibuan, 2001)	Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian ini, antara lain ukuran perusahaan dan <i>profile</i> perusahaan terbukti signifikan mempunyai pengaruh pada kuantitas pengungkapan sosial perusahaan. Sedangkan hasil lainnya tidak membuktikan pengaruh signifikan dari rasio kepemilikan publik, dasar perusahaan dan tipe industri.
4.	Pengaruh Karakteristik Perusahaan	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Hasil Penelitian <i>Profitabilitas (Profit)</i> , <i>Leverage (LEV)</i> , Ukuran Dewan Komisaris (DK)

	terhadap Pengungkapan CSR (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013.	(Wardani, A., 2016)	berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan ukuran perusahaan (<i>SIZE</i>), dan Pertumbuhan Perusahaan (<i>GROWTH</i>) tidak memperoleh bukti atas hubungan pengaruh pengungkapan CSR.
5.	Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Kepemilikan Publik terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan BUMN yang tercatat di BEI tahun 2016-2018.	STIE YKPN Yogyakarta (Utami, 2019)	Ketiga variabel independen yang diujikan hanya satu variabel yang berpengaruh yaitu kepemilikan publik namun pengaruh pada pengungkapan CSR yang dimiliki adalah negatif. Variabel Profitabilitas dan Kebijakan dividen tidak mempunyai pengaruh pada tingkat pengungkapan CSR.
6.	Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	Universitas Diponegoro (Wardani, N., 2013)	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran Dewan Komisaris (UDK) dan Profitabilitas mempengaruhi pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan arah positif. • Sedangkan <i>Leverage</i> terbukti mempunyai pengaruh dengan arah negatif secara signifikan pada pengungkapan CSR.

	tahun 2009-2011. (2013)		
--	----------------------------	--	--

Pengembangan Hipotesis

Ukuran Perusahaan (*Size*) Terhadap Pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari nilai kapitalisasi perusahaan yang tersedia di laporan keuangan perusahaan. Skala ini dapat menunjukkan perusahaan termasuk dalam golongan perusahaan besar atau kecil. Besarnya nilai kapitalisasi perusahaan berhubungan positif dengan pengungkapan CSR yang di publikasikan kepada masyarakat. Ukuran perusahaan dapat dimanifestasikan melalui Total Aset dan menggunakan indikator Jumlah Pendapatan.

H1: Terdapat pengaruh positif Ukuran Perusahaan (*Size*) terhadap Pengungkapan CSR.

Tipe Perusahaan (*Company Profile*) Terhadap Pengungkapan CSR

Tipe Industri (*company profile*) membedakan perusahaan dengan dua bagian yaitu *high-profile* dan *low-profile* diyakini dapat berpengaruh pada pengungkapan CSR. Perusahaan digolongkan menjadi *high-profile* saat perusahaan memiliki level tinggi pada sensitivitas antara operasi usaha dan dampaknya pada hubungan dengan kepentingan masyarakat umum.

H2: Terdapat pengaruh positif Tipe Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR.

***Leverage* (LEV) Terhadap Pengungkapan CSR**

Leverage adalah alat ukur yang penting untuk menilai efektifitas pemanfaatan hutang/liabilitas perusahaan. Dalam hal ini *leverage* menjelaskan jumlah aset perusahaan didominasi dari hutang atau modal. Semakin besar pendanaan yang disediakan oleh kreditur berarti semakin tinggi pula rasio *leverage*. Rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang (Wardani, 2013).

H3: Terdapat pengaruh negatif *Leverage* terhadap Pengungkapan CSR.

Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Rasio laba yang diterima perusahaan biasa disebut dengan profitabilitas. Semakin tinggi laba yang diterima perusahaan sehingga perusahaan memiliki cukup dana untuk melakukan kegiatan CSR, besar kemungkinan perusahaan akan semakin yakin mengungkapkan CSR perusahaan sendiri. Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan mencerminkan bahwa reaksi sosial memerlukan manajerial yang dapat membantu perusahaan memperoleh keuntungan (Wardani, 2013).

H4: Terdapat pengaruh positif Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR.

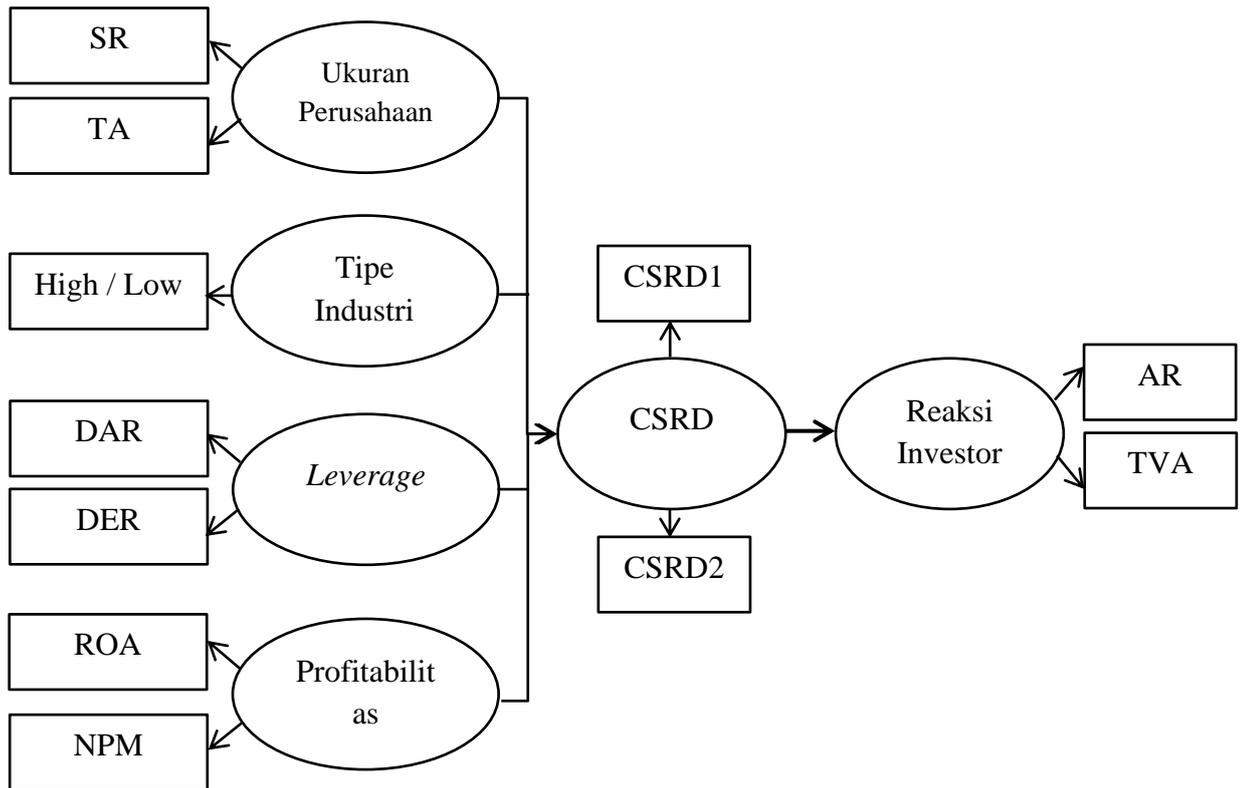
Pengungkapan CSR Terhadap Reaksi Investor

Kegiatan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan dapat memberikan dampak kepada investor yaitu dengan adanya reaksi atau tanggapan yang dihasilkan dari mencerna hasil dari pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Tanggapan atau reaksi investor atas pengungkapan CSR dapat dilihat ketika terjadi

perubahan harga saham di pasar yang dapat meningkat, hal ini dapat diukur dengan menggunakan *Abnormal Return* dan *Trading Volume Activity*.

H5: Terdapat pengaruh positif pengungkapan CSR terhadap Reaksi Investor.

Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 Model Penelitian

III. METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini meliputi seluruh perusahaan yang terdaftar didalam Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018. Perusahaan tersebut yang mendapat penghargaan dari *Asia Sustainability Report Rating (ASRR)* pada tahun 2018. ASRR adalah sebuah ajang yang diprakarsai oleh *National Center of*

Sustainability Rating (NCSR). NCSR pertama kali hadir pada tahun 2005 di Indonesia. Dalam hal ini kriteria yang digunakan adalah:

1. Perusahaan yang memperoleh penghargaan *Asia Sustainability Report Rating* 2018.
2. Perusahaan yang terdaftar di dalam Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018.
3. Perusahaan yang melaporkan kegiatan CSR pada laporan keuangan dan tahunan pada periode 2014-2018.
4. Perusahaan yang memiliki rasio keuangan seperti *Leverage*, dan Profitabilitas di dalam laporan tahunan perusahaan pada periode 2014-2018.

Variabel Eksogen

Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan dimanifestasikan melalui jumlah pendapatan (*sales revenue*) yang ada dalam perusahaan tersebut dan menggunakan ukuran total aset. Dapat juga ukuran perusahaan di ukur menggunakan jumlah aset perusahaan yaitu sumber daya yang perusahaan yang meliputi aset lancar dan aset tidak lancar yang di ukur secara total.

$$\begin{aligned} \text{Ukuran Perusahaan} &= \text{LnPendapatan Penjualan} \\ \text{Ukuran Perusahaan} &= \text{LnTotal Aset} \end{aligned}$$

Tipe Perusahaan

Tipe perusahaan (*company profile*) digolongkan menjadi dua yaitu *high-profile* dan *low-profile* dengan membedakan keduanya dengan *dummy variable* melalui ketentuan nilai 1 kedalam tipe perusahaan yang *high-profile*, kemudian skor 0 akan diberikan kepada perusahaan yang termasuk kedalam tipe perusahaan *low-profile*.

Leverage

Leverage adalah variabel laten yang berguna untuk menilai ukuran ketergantungan sebuah entitas bisnis kepada pemberi pinjaman atau investor untuk pembiayaan aset yang dimiliki entitas bisnis. Jenis skala pengukuran variabel *leverage* adalah rasio.

$$DAR = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Aset}}$$

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

Profitabilitas

Profitabilitas adalah perolehan laba yang dimiliki suatu perusahaan dalam kegiatan operasi perusahaan bersumber dari aset, ekuitas, atau penjualan yang dimiliki oleh entitas usaha itu sendiri. Pada penelitian ini profitabilitas dimanifestasikan melalui *return on asset* (ROA) dan *net profit margin* (NPM).

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

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}{\text{Pendapatan Penjualan}}$$

Variabel Endogen

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Tingkat Keluasan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan CSR pada penelitian ini menggunakan *CSR index* yaitu sebuah ukuran luas pengungkapan yang relative pada perusahaan atas pengungkapan kegiatan sosial yang telah dilakukan, penelitian yang dilakukan menggunakan nilai 1 bagi setiap entitas bisnis yang sudah melaksanakan pengungkapan CSR serta nilai 0 apabila entitas bisnis tersebut tidak melaksanakan pengungkapan CSR. Nilai dari

masing-masing *item* yang ditambahkan guna mendapatkan keseluruhan nilai untuk setiap entitas bisnis. Rumus untuk CSRDI adalah sebagai berikut.

$$CSRDI_j = \frac{\text{Jumlah item untuk perusahaan } j}{\text{Jumlah item diungkapkan perusahaan } j}$$

Proporsi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Dalam hal ini, proporsi pengungkapan CSR adalah rasio dari jumlah halaman yang digunakan perusahaan dalam mengungkapkan CSR terhadap jumlah halaman pada laporan tahunan secara menyeluruh..

Variabel Konsekuen (Implikasi)

Reaksi Investor

Peneliti mengukur reaksi investor menggunakan indikator manifes *abnormal return* dan indikator volume perdagangan saham yang merupakan tanggapan atas laporan keuangan yang investor terima.

Ada beberapa tahapan untuk menghitung *abnormal return*:

1. Menentukan *actual return*

$$Ri_t = \frac{Pi_t - Pi_{t-1}}{Pi_{t-1}}$$

2. Menentukan *return* pasar menggunakan Indeks Harga Saham Gabungan

$$Rm_t = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}}$$

3. Menentukan *return* ekspektasi

$$E(R_{it}) = Rm_t$$

4. Menentukan *abnormal return*

$$ARi_t = Ri_t - E(Ri_t)$$

Setelah mendapatkan *abnormal return*, kemudian dilanjutkan dengan mengkalkulasikan *trading volume activity* (TVA). Cara menghitung volume aktivitas perdagangan sekuritas menggunakan rumus berikut ini:

$$TVA_{it} = \frac{\text{Saham Perusahaan yang diperdagangkan pada waktu } t}{\text{Saham perusahaan tercatat di BEI pada waktu } t}$$

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4.1 Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SR	90	22.07659	32.34579	30.1044842	1.46391653
TA	90	29.34007	34.79875	31.5542773	1.17705768
PRL	90	0.00	1.00	.5556	.49969
ROA	90	-.64	.19	.0241	.09063
NPM	90	-53.95	845.63	9.0164	89.37735
DAR	90	.13	1.90	.6407	.33112
DER	90	-7.17	14.92	3.5936	4.06995
CSR1	90	.40	.88	.6444	.15052
CSR2	90	.01	.33	.0599	.04831
AR	90	-39850.35	155626.97	-4998.8997	41797.07493
TVA	90	0.00000	.01207	.0010839	.00159267
Valid N (listwise)	90				

Variabel *sales revenue* memiliki nilai minimum 22,076, nilai maksimum 32,34 dan memiliki nilai rata-rata sebesar 30,104. Nilai rata-rata sebesar 30,104 memiliki kecenderungan mendekati kepada nilai maksimum (32,34) dibandingkan dengan nilai minimum (22,076). Variabel *total asset* memiliki nilai minimum 29,34, nilai maksimum sebesar 34,798 dan memiliki nilai rata-rata sebesar 31,55. Dengan nilai rata-rata yang dimiliki (31,55) lebih mendekati ke arah nilai maksimum (34,798).

Variabel *profile* (tipe industri) memiliki nilai minimum 0,0 dan nilai maksimum 1,0 dikarenakan variabel *profile* merupakan variabel dummy, yang memiliki nilai rata-rata sebesar 0,5556 yang lebih mendekati nilai maksimum (1,0). Nilai minimum 0,0 menunjukkan tipe industri *low-profile* dan nilai maksimum 1,0 menunjukkan tipe industri *high-profile*.

Variabel *return on asset* memiliki nilai minimum sebesar -0,64, dan nilai maksimum sebesar 0,19 yang pada akhirnya memberikan nilai rata-rata sebesar 0,0241 yang tentu mendekati nilai maksimum (0,19). Variabel *net profit margin* memiliki nilai minimum sebesar -53,95 dibandingkan dengan nilai maksimum sebesar 845,63, dan memiliki nilai rata-rata 9,0164. Variabel *debt to asset ratio* memiliki nilai minimum sebesar 0,13, nilai maksimum sebesar 1,9 dan memiliki nilai rata-rata sebesar 0,6407. Variabel *debt to equity ratio* memiliki nilai minimum sebesar -7,17, nilai maksimum 14,92 dan memiliki nilai rata-rata 3,5936.

Variabel *Corporate Social Responsibility 1* yang di dasarkan pada luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki nilai minimum 0,40, nilai maksimum 0,88 dan memiliki nilai rata-rata sebesar 0,6444. Variabel *corporate social responsibility 2* yang di dasarkan pada proporsi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki nilai minimum 0,01, nilai maksimum 0,33 dan nilai rata-rata sebesar 0,0599. Variabel *abnormal return* memiliki nilai minimum sebesar -39850,35, nilai maksimum sebesar 155626,97 dan memiliki nilai rata-rata -4998,8997. Variabel *trading volume activity* memiliki nilai minimum sebesar 0,00, nilai maksimum sebesar 0,01207 dan memiliki nilai rata-rata sebesar 0,00108.

Analisis Partial Least Square

Pada penelitian ini, dilakukan evaluasi atas hasil penelitian yang sudah dilakukan menggunakan *software WarpPLS 6.0*. Berikut ini adalah evaluasi serta pembahasan dari hasil tersebut:

Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Tabel 4.2

Nilai *R-Square*

Variabel	<i>R-Square</i>
<i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> (CSR)	0,435
Reaksi Investor (<i>Investor React</i>)	0,171

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel 4.2, dapat diketahui bahwa nilai *R-Square* untuk variabel endogen pengungkapan CSR adalah 0,435. Nilai yang dihasilkan dapat menjelaskan bahwa besar suatu persentase dari variabel pengungkapan CSR dapat dijelaskan oleh ukuran perusahaan, tipe industri, *leverage*, serta profitabilitas sebesar 43,5%. Selanjutnya untuk nilai *R-Square* yang diperoleh variabel konstruk reaksi investor sebesar 0,171, artinya besar persentase dari variabel reaksi investor dapat dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan, tipe industri, *leverage*, profitabilitas dan pengungkapan CSR sebesar 17,1%.

Penilaian berikut adalah *goodness of fit* yang dapat diketahui dari nilai *Q-Square* yang memiliki arti sama dengan *R-Square*. Adapun hasil perhitungan nilai *Q-Square* disajikan dengan persamaan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Q\text{-Square} &= 1 - [(1 - R^2_1) \times (1 - R^2_2)] \\ &= 1 - [(1 - 0,435) \times (1 - 0,171)] \\ &= 1 - (0,565 \times 0,829) \\ &= 1 - 0,468 \\ &= 0,532 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, nilai *Q-Square* yang dihasilkan sebesar 0,540. Hal ini membuktikan kemampuan keragaman dari data penelitian yang dapat dijelaskan oleh model penelitian adalah sebesar 53,2%, sedangkan sisa

sebesar 46,8% dijelaskan oleh faktor yang lain di luar dari model penelitian yang dilakukan. Dari hasil perhitungan tersebut, maka model penelitian ini dinyatakan memiliki *goodness of fit* yang masuk ke dalam kriteria layak.

Uji Hipotesis

Tabel 4.3

P-Values

Hipotesis	Pengaruh	Koef.Jalur	P-Values	Signifikansi	Hasil
H1	<i>Size =></i> CSR	-0.006	0,476	Signifikan	Ditolak
H2	<i>Profile =></i> CSR	0,393	<0,001	Signifikan	Diterima
H3	<i>Leverage =></i> CSR	-0,373	<0,001	Signifikan	Diterima
H4	<i>Profit =></i> CSR	-0,088	0,196	Signifikan	Ditolak
H5	CSR => RI	0,413	<0,001	Signifikan	Diterima

Pembahasan Hipotesis

Ukuran Perusahaan (*Size*) terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama dalam penelitian ini didapatkan hasil dari *P-Value* sebesar 0,476, lebih besar daripada nilai signifikansi yang sudah ditetapkan yaitu <0,05 berikut dengan nilai *path coefficient* sebesar -0,006 dengan tanda negatif. Hal ini menunjukkan ukuran perusahaan (*size*) terbukti tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR, sehingga hipotesis pertama ditolak dari hasil pengujian. Kegiatan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan tidak bergantung pada ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan baik besar maupun kecil tetap memiliki tujuan untuk melakukan kegiatan sosial bagi

masyarakat umum yang kemudian perusahaan dapat mengungkapkan kegiatan tersebut ke khalayak ramai.

Tipe Industri (*Profile*) terhadap Pengungkapan CSR

Pada penelitian ini, memperoleh hasil uji hipotesis kedua dimulai dari *P-Value* sebesar $<0,001$, lebih rendah dibandingkan dengan nilai signifikansi yang ditetapkan $<0,05$, berikut dengan nilai *path coefficient* sebesar 0,393 dengan tanda positif. Hal ini menggambarkan tipe industri (*profile*) memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, menjadikan hipotesis kedua diterima didalam pengujian. Perusahaan dengan tipe industri *high-profile* lebih luas melakukan pengungkapan informasi CSR dibandingkan dengan perusahaan dengan tipe *low-profile*.

Leverage (LEV) terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil uji hipotesis ketiga, diperoleh hasil *P-Value* sebesar $<0,001$, yang tentu lebih rendah dibandingkan tingkat signifikansi ($<0,05$). Kemudian nilai *path coefficient* sebesar $-0,373$. Dalam hal ini menunjukkan *leverage* (LEV) memiliki pengaruh yang negatif terhadap pengungkapan CSR menjadikan hipotesis ketiga diterima didalam pengujian. Semakin besar suatu perusahaan memenuhi kewajiban dalam pemenuhan kebutuhan perusahaan tersebut semakin kecil / semakin sempit perusahaan melakukan pengungkapan informasi CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

Profitabilitas (*Profit*) terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan dari hasil uji hipotesis tahap keempat, diperoleh hasil *P-Value* sebesar 0,196, yang lebih tinggi dibandingkan tingkat signifikansi ($<0,05$). Kemudian nilai

path coefficient sebesar $-0,088$. Dalam hal ini profitabilitas (*profit*) tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR, yang menjadikan hipotesis keempat dalam penelitian ini ditolak dalam pengujian. Dalam penelitian ini profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini tanpa membedakan tipe industri masing-masing perusahaan yang kemudian dianalisis secara bersama mengakibatkan hipotesis tahap keempat ini ditolak.

Tingkat Keluasan Pengungkapan CSR terhadap Reaksi Investor

Dalam penelitian ini, dapat dibuktikan bahwa tingkat keluasan Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap reaksi investor (*investor react*). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tahap kelima, diperoleh hasil *P-Value* sebesar $<0,001$, lebih rendah dibandingkan nilai signifikansi yang sudah ditetapkan sebesar $<0,05$. Dengan tingkat *path coefficient* sebesar $0,413$ dengan tanda positif.

Pada penelitian ini dilakukan pengujian terhadap Reaksi Investor menggunakan dua indikator diantaranya, *abnormal return* dan *trading volume activity* dalam sebuah pengamatan yang dilakukan selama 11 hari, yaitu 5 hari sebelum tanggal publikasi laporan tahunan dan 5 hari sesudah tanggal publikasi laporan tahunan. Hasil ini memberikan arti bahwa laporan pengungkapan CSR sebagai tambahan dari laporan keuangan yang tradisional, memberikan informasi yang cukup bagi para investor yang ingin berinvestasi modal di perusahaan tersebut.

Dapat dilihat dari alasan investor memberikan apresiasi terhadap praktik pengungkapan CSR dan mendukung perusahaan melakukan pengungkapan CSR karena memberikan pengaruh bagi perusahaan yang ingin melanjutkan keberlanjutan dari perusahaan tersebut. Laporan tersebut mencerminkan

bagaimana perusahaan berhubungan dengan lingkungan baik masyarakat sekitar, *stakeholder*, dan perangkat internal perusahaan lainnya.

V. SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pada penelitian tahap pertama, variabel ukuran perusahaan (*size*) terbukti tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Pada penelitian tahap kedua, variabel tipe industri (*profile*) membuktikan bahwa tipe industri memberikan pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.
3. Pada penelitian tahap ketiga, variabel *leverage* (LEV) terbukti memberikan pengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.
4. Pada penelitian tahap keempat, variabel profitabilitas (*profit*) terbukti mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR.
5. Pada penelitian tahap kelima, variabel pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif terhadap reaksi investor (*investor react*).

Keterbatasan

1. Pengungkapan CSR yang disajikan dalam laporan tahunan atau laporan berkelanjutan milik masing-masing perusahaan bersifat subyektif, saling berbeda pengungkapan yang dilakukan satu perusahaan dengan perusahaan yang lain. Sejalan dengan visi dan misi masing- masing perusahaan.
2. Tema yang dihadirkan oleh perusahaan dalam menggambarkan laporan tahunan saling berbeda satu dengan lain, sehingga untuk menilai kualitas dari pengungkapan CSR sedikit terhambat.

3. Item-item indikator pengungkapan CSR untuk menilai suatu laporan tahunan milik perusahaan dapat terlewat beberapa item karena kondisi perusahaan yang berada di Indonesia kurang relevan dengan beberapa item tersebut.

Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini menggunakan sampel dari pemenang *Asia Sustainability Report Rating*. Perusahaan yang mendapatkan penghargaan ASRR dari berbagai sektor perusahaan yang ada di Indonesia. Untuk melanjutkan penelitian berikutnya dapat menggunakan salah satu sektor perusahaan yang dominan di penghargaan ASRR tersebut, salah satunya sektor pertambangan.
2. Peneliti selanjutnya dapat pula melakukan penelitian yang serupa dengan penelitian ini dengan menggunakan sampel penelitian seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia lalu dilakukan teknik analisis uji beda antara perusahaan yang memperoleh penghargaan ASRR dan tidak memperoleh penghargaan ASRR.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, R. R. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi*, 9.

- Cheng, M., & Christiawan, Y. J. (2011). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Abnormal Return. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 13(1), 24-36.
- Daniri, M. A. (2008). *Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Bagian I*. Retrieved from <https://www.madani-ri.com/2008/01/17/standarisasi-tanggung-jawab-sosialperusahaanbag-i/>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone Publishing Limited.
- Fama, E. (1970). *Efficient Capital Markets - A review of theory and empirical work*. *Journal of Finance* Vol. 25.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston.
- Hanafi, M. (2004). *Manajemen Keuangan* (2 ed., Vol. 1). Yogyakarta: BPFE.
- Hartono, D. S., & Jogiyanto. (2003). Pengujian Efisiensi Pasar Setengah Kuat Secara Keputusan: Analisa Pengumuman Dividen Meningkatkan. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*.
- Ichsan, R. (2013, Januari). *Teori Keagenan (Agency Theory)*. Retrieved from <https://bungrandhy.wordpress.com/2013/01/12/teori-keagenan-agency-theory/>
- Indrawati, N. (2009). *Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Annual Report serta Pengaruh Political Visibility dan Economic Performance*. Universitas Riau.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behaviour, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.
- Machfoedz, H. S. (2006). Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Laba, dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi*, 9, 1-23.

- Mastrandonas, A., & Strife, P. (1992). Corporate Environmental Communications: Lesson from Investors. *The Columbia Journal of World Business*, 27(3), 234-241.
- National Center for Sustainability Reporting. (2005-2019). *Visi dan Misi*. Retrieved Oktober 11, 2019, from National Center for Sustainability Reporting: <http://www.ncsr-id.org/id/about-ncsr/vision-mission/>
- Patten, D. M. (2002). *The Market Reaction to Social Responsibility Disclosures: The Case of The Sullivan Principles Signings*. USA: Illinois State University.
- Sembiring, E. R. (2003). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Telaah Akuntansi*, 1(1), 1-20.
- Sembiring, E. R. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi*.
- Sidharta, S. D., & Juniarti. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Respon Investor dalam Sektor Keuangan. *Journal Business Accounting Review*, 3(1), 245-256.
- Subekti, I. (2005). Asosiasi Antara Praktik Perataan Laba dan Reaksi Pasar Modal di Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal*. (n.d.).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*. (n.d.).
- Veronica, T. M. (2009). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial pada Perusahaan Sektor*

Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Universitas Gunadarma.

Wardani, N. K. (2013). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

WBCSD, T. W. (1995). *Corporate Social Responsibility*.

Wedari, K. L. (2006). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial*.

Yuliana, R. (2008). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Dampaknya terhadap Reaksi Investor*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*.