



## **Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan *Consumer Goods* yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2018)**

**Rodliyatul Nur Afifah**

[rodliyatuln.afifah@gmail.com](mailto:rodliyatuln.afifah@gmail.com)\*

**Intan Immanuela**

[intan.immanuela@gmail.com](mailto:intan.immanuela@gmail.com)\*

Program Studi Akuntansi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun

### **Abstrak**

Keberlangsungan hidup perusahaan tidak hanya untuk mencapai keuntungan yang ditargetkan namun juga harus memikirkan bagaimana dampak dari aktivitas perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan dan ekonomi sosial masyarakat. Pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan dapat memberi informasi kepada *stakeholder* bahwa perusahaan memiliki kepedulian tidak hanya dengan pihak internal perusahaan tetapi juga eksternal perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel independen yang digunakan adalah ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan *leverage*. Objek penelitian adalah perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2018. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 36 perusahaan *consumer goods* yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan ukuran dewan komisaris dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya ukuran dewan komisaris dan *leverage* tidak memengaruhi perusahaan untuk melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* secara lebih luas.

**Kata kunci:** pengungkapan *corporate social responsibility*; ukuran perusahaan; ukuran dewan komisaris; profitabilitas; *leverage*.

### **Abstract**

*The survival of the company does not only achieve the targeted profit, but also must think about the impact of the company's activities on the environment around the company and the social economy of the community. The disclosure of corporate social responsibility that is carried out can provide information to stakeholders that the company has concerns not only with internal company parties but also external companies. This study aims to examine the factors that influence the disclosure of corporate social responsibility. The independent variables used are company size, board size, profitability, and leverage. The object of research is consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015-2018. The sample used in the study was 36 consumer goods companies selected by purposive sampling technique. The data analysis technique used multiple linear regression. The results showed that company size and profitability had a positive effect on disclosure of corporate social responsibility. Meanwhile, the size of the board of commissioners and leverage do not affect the disclosure of corporate social responsibility. This shows that the high or low size of the*

*board of commissioners and leverage does not affect the company to disclose corporate social responsibility more broadly.*

**Keywords:** *disclosure of corporate social responsibility; company size; board size, profitability, leverage.*

## PENDAHULUAN

Persaingan usaha dapat dilakukan secara sehat dengan membangun citra baik perusahaan. Cara yang digunakan yaitu dengan melakukan kegiatan sosial atau kegiatan peduli lingkungan. Perusahaan sudah sepantasnya tidak hanya memikirkan keuntungan semata, namun juga harus memikirkan hal yang tidak kalah penting yaitu bagaimana perusahaan memberikan pengaruh terhadap masyarakat dan lingkungan. Adanya pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan pengungkapannya dapat membantu kelangsungan hidup perusahaan serta pembangunan berkelanjutan. Kegiatan CSR ada beberapa kategori yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial. Perusahaan diharapkan tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan sekarang, namun juga kebutuhan yang akan datang. Dahulu pengungkapan *corporate social responsibility* dilakukan secara sukarela, namun sekarang sudah terdapat peraturan yang mengatur tentang pengungkapan *corporate social responsibility* (Awuy, Sayekti, dan Purnamawati, 2017).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diatur dalam salah satu regulasi yaitu Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat (2) bagian C tentang Perseroan Terbatas, dalam peraturan tersebut perseroan diwajibkan untuk melaporkan tidak hanya terkait laporan keuangan tapi juga laporan pelaksanaan *corporate social responsibility* (Sumaryono dan Asyik, 2017). Regulasi lain yang mengatur yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas serta Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (Tista dan Putri, 2020). Dengan adanya peraturan yang mengatur tanggung jawab sosial perusahaan ini, maka perusahaan diharapkan bisa menjalankan dan mentaati peraturan yang berlaku dengan baik.

Penelitian ini mengembangkan penelitian Fahmi (2019). Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan ukuran dewan komisaris merupakan variabel yang digunakan, dengan menambahkan variabel *leverage* dari penelitian Sumaryono dan Asyik (2017). Perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2015-2018 adalah sampel yang digunakan dalam penelitian ini, sedangkan penelitian Fahmi (2019) menggunakan perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2012-2016.

Pengungkapan *corporate social responsibility* diduga mampu dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu meliputi ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan *leverage*. Rumusan masalahnya adalah apakah faktor-faktor tersebut dapat berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sehingga dapat diketahui jawaban tujuan dari penelitian adalah untuk membuktikan secara empiris bahwa ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018.

Penelitian tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini diharapkan dapat berkontribusi dalam menambah literatur dan menambah referensi sehingga mendorong dilakukannya penelitian dengan topik pengungkapan *corporate social responsibility*. Peneliti mengharapkan untuk perusahaan, penelitian ini mampu memberikan masukan berupa informasi mengenai pengaruh dari ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan *leverage* pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sehingga kinerja perusahaan terkait dengan pengungkapan CSR dapat meningkat. Selain itu, diharapkan juga adanya penelitian ini dapat menambah referensi untuk penentuan kebijakan perusahaan atau pengambilan keputusan yang berhubungan dengan pengungkapan CSR.

## TELAAH TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### **Teori Stakeholder**

*Stakeholder* merupakan pihak internal dan eksternal yang mempunyai kepentingan secara langsung atau tidak langsung dengan perusahaan serta hubungan yang terjalin bersifat memengaruhi maupun dipengaruhi (Fahmi, 2019). Dari pengertian tersebut maka dapat diketahui bahwa teori mengenai keharusan perusahaan untuk bertanggung jawab tidak hanya kepada *shareholder* namun juga kepada *stakeholder*, terkait dengan faktor ekonomi sampai dengan faktor sosial disebut sebagai teori *stakeholder*.

Keterbukaan informasi perusahaan untuk *stakeholder* dapat mencegah kesalahpahaman. Dukungan *stakeholder* akan menjaga hubungan baik perusahaan dengan *stakeholder*. Komunikasi yang berjalan baik antara perusahaan dengan *stakeholder* merupakan langkah untuk berjalannya kegiatan usaha sesuai dengan yang diharapkan.

Dengan adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka dapat menjadi salah satu tindakan perusahaan dalam menyampaikan informasi mengenai bagaimana perusahaan memberi perhatian terkait faktor ekonomi, lingkungan dan sosial. Hal ini dapat menjadi strategi menjaga hubungan yang harmonis antara pihak perusahaan dengan *stakeholder*. Perusahaan tidak hanya memikirkan manfaat untuk perusahaan itu sendiri, namun juga manfaat untuk *stakeholder*.

### **Teori Legitimasi**

Legitimasi merupakan anggapan bahwa upaya yang dilakukan oleh perusahaan termasuk dalam upaya yang diharapkan serta terdapat kesesuaian dengan nilai dan norma yang berkembang dalam masyarakat sosial (Chen, 2019). Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa perusahaan sudah seharusnya melakukan kegiatan yang tidak hanya mengacu pada keuntungan semata namun juga kegiatan tersebut sesuai dengan norma yang mampu diterima masyarakat.

Legitimasi yang berpihak pada kepentingan masyarakat berpengaruh pada aktivitas perusahaan yang perlu disesuaikan dengan kontrol sosial yang berlaku di masyarakat. Perusahaan akan berlangsung keberadaannya jika kegiatan yang dilakukan memberikan dampak yang baik bagi masyarakat. Nilai sosial pada kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan norma yang berlaku di masyarakat sebaiknya dilakukan selaras. Adanya ketidakselarasan dapat menyebabkan adanya ancaman terhadap legitimasi perusahaan, ancaman ini nantinya berpengaruh pada keberlanjutan usaha suatu perusahaan.

Tanggung jawab sosial yang diungkapkan perusahaan tercantum di laporan tahunan dan mampu diakses secara mudah, bisa menjadi cara untuk menunjukkan informasi terkait dengan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini diharapkan mampu menyamakan maksud tujuan perusahaan dengan tujuan yang diinginkan oleh masyarakat. Dampaknya bagi perusahaan yaitu aktivitas bisnis yang dilakukan perusahaan dapat berkelanjutan.

### **Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)**

Tindakan nyata tanggung jawab oleh perusahaan terkait dengan faktor ekonomi, lingkungan, dan sosial terhadap *stakeholder*, demi tercapainya hubungan timbal balik yang bermanfaat disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Sumaryono dan Asyik (2017), implementasi yang dilakukan perusahaan dari konsep yang dimiliki dengan upaya untuk bertanggung jawab dalam bidang sosial dan lingkungan sekitar merupakan pengertian dari *Corporate Social Responsibility* (CSR). Contoh pelaksanaan *corporate social responsibility* adalah menjaga lingkungan, memberikan bantuan beasiswa, perberdayaan masyarakat, menyediakan fasilitas umum, dan sebagainya.

Dengan dilakukannya program tanggung jawab sosial perusahaan, maka dapat menumbuhkan persepsi positif kepada masyarakat dan aktivitas tersebut akan mengarah pada menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat. Anggapan negatif masyarakat atau perusahaan pesaing yang sudah lama tertanam dapat ditangkis dengan adanya persepsi positif masyarakat.

Manfaat perusahaan melaksanakan *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut (Rindawati dan Asyik, 2015: 4; dalam Fahmi, 2019):

- Menumbuhkan dan mempertahankan citra atau reputasi merek perusahaan.
- Memperoleh lisensi supaya dapat beroperasi secara sosial.
- Memperlebar akses sumber daya untuk aktivitas perusahaan dan memperluas peluang pasar.

- Memperbaiki hubungan dengan pemangku kepentingan dan juga regulator.
  - Menambah motivasi dan produktivitas karyawan sehingga dapat mempunyai peluang untuk mendapat penghargaan.
- Pelaksanaan *corporate social responsibility* ini mempunyai tujuan meliputi (Saputri, 2011; dalam Fahmi, 2019):
- Sebagai upaya perusahaan yang secara tidak langsung dapat meningkatkan dan mempertahankan citra perusahaan, dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai dasar aktivitas yang baik.
  - Sebagai upaya perusahaan untuk mempertanggungjawabkan aktivitas perusahaan yang memberi dampak kepada masyarakat atau dalam hal sosial, sehingga dapat terbebas dari konflik yang mungkin dapat terjadi antara masyarakat dengan perusahaan.
  - Sebagai upaya dalam menyajikan informasi untuk penanam saham terkait aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam bidang sosial serta lingkungan.

### **Pengungkapan Corporate Social Responsibility**

Pengungkapan merupakan penyampaian informasi secara terbuka untuk pihak yang membutuhkan informasi mengenai hal yang dibahas. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah cara perusahaan mengkomunikasikan adanya pengaruh dari aktivitas bisnis perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan secara menyeluruh (Sembiring, 2005; dalam Sumaryono dan Asyik, 2017). Adanya konsep *corporate social responsibility* tentang *single bottom line* yang tidak lagi menjadi acuan perusahaan, menjadikan perusahaan lebih mengacu pada *triple bottom line* dengan arti bahwa nilai perusahaan tidak hanya berdasarkan keuangan saja tetapi juga lingkungan dan sosial sehingga perusahaan tidak lagi mengacu dengan dasar kondisi keuangan (Budiman, 2015; dalam Tista dan Putri, 2020).

Pengungkapan *corporate social responsibility* bersifat wajib (*mandatory disclosure*), sedangkan untuk luas pengungkapan *corporate social responsibility* bersifat sukarela (*voluntary disclosure*) (Tista dan Putri, 2020). Peraturan yang membahas tentang pengungkapan *corporate social responsibility* salah satunya terdapat pada peraturan Bapepam No.VIII G.2 tentang laporan tahunan. Dalam peraturan Bapepam No.VIII G.2 tentang laporan tahunan, terdapat ketentuan terkait isi laporan tahunan yang dapat diungkapkan oleh perusahaan sehingga tidak terjadi asimetri informasi.

Pengungkapan *corporate social responsibility* tercantum di laporan tahunan dan dipublikasikan oleh perusahaan di *website* perusahaan serta *website* Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga pihak-pihak yang membutuhkan informasi tersebut dapat memperoleh dengan mudah. Hal ini merupakan wujud transparansi laporan aktivitas perusahaan dalam bidang sosial. Adanya pengungkapan *corporate social responsibility* dapat menjadi sarana *stakeholder* untuk melakukan pengawasan terkait aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Hal tersebut juga dapat membantu *stakeholder* untuk menentukan dan mempertimbangkan tentang keberlanjutan usaha dan upaya perusahaan dalam mencegah terjadinya permasalahan sosial dan lingkungan. Dengan pengungkapan *corporate social responsibility* maka perusahaan dapat memperoleh legitimasi dari masyarakat bahwa perusahaan telah mengikuti nilai atau norma yang berlaku di masyarakat.

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

Variabel dengan pembahasan perusahaan mendapat klasifikasi besar atau kecil adalah ukuran perusahaan (Rindawati dan Asyik, 2015: 5; dalam Fahmi, 2019). Hal ini bisa diukur salah satunya menggunakan total aset yang dimiliki suatu perusahaan. Menurut Abidin dan Lestari (2019), perbedaan dari risiko usaha antara perusahaan besar dengan perusahaan kecil dapat diketahui dari ukuran perusahaan. Perusahaan yang semakin besar juga semakin kompleks kegiatan usaha yang dilakukan. Perusahaan besar sudah seharusnya mempunyai informasi yang mampu diakses oleh masyarakat umum dan juga informasinya lebih lengkap, salah satunya dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial yang telah diimplementasikan. Hal ini menandakan jika kebutuhan *stakeholder* tetap diperhatikan.

Penelitian Fahmi (2019) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian Saputra (2016) diketahui memiliki hasil yang berbeda yaitu ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Adapun penelitian dengan perbedaan hasil juga diketahui dari Sumaryono dan Asyik (2017), Abidin dan Lestari (2019), Andriana dan Anggara (2019), Pramesti dan Budiasih (2020) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal tersebut mengartikan jika ukuran perusahaan bertambah maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan meluas. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

*H1: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).*

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

Ukuran dewan komisaris yaitu banyaknya dewan komisaris dengan tugas yang dimiliki (Dermawan, dkk., 2014; dalam Dewi dan Muslih, 2018). Dewan komisaris menjadi salah satu peran yang dibutuhkan terkait dengan fungsi pengawasan mengenai kinerja direksi. Direksi yang tidak tepat dalam mengambil suatu keputusan, maka dewan komisaris berhak untuk menasehati.

Banyaknya dewan komisaris mampu memberikan dorongan supaya manajemen lebih meningkatkan jalannya program *corporate social responsibility*. Pengungkapan *corporate social responsibility* yang belum sepenuhnya dijalankan dalam suatu perusahaan maka dewan komisaris dapat menasehati direksi untuk mengimplementasikan *corporate social responsibility* dan mengungkapkannya di laporan tahunan karena hal ini diperlukan oleh *stakeholder*. Dewan komisaris sebagai wakil dari *shareholder* dan *stakeholder* dapat meminta perusahaan untuk tidak hanya memikirkan manfaat kegiatan usaha pada perusahaan saja namun juga manfaat untuk *stakeholder* perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Fahmi (2019) menunjukkan hasil bahwa ukuran dewan komisaris secara parsial tidak memengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil tersebut bertentangan dengan hasil yaitu ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang ditemukan dalam penelitian Wibowo (2019), Maharesti (2018) serta Istifarah dan Subardjo (2017). Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

*H2: Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).*

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

Perusahaan yang memiliki kemampuan dalam mendapatkan keuntungan disebut dengan profitabilitas (Sumaryono dan Asyik, 2017). Semakin tinggi rasio menunjukkan efisiensi manajemen. Profitabilitas menjadi perhatian penting karena mampu memengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan yang memperoleh keuntungan tinggi maka sudah seharusnya perusahaan sadar akan pentingnya pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dan pengungkapannya. Hal tersebut juga memengaruhi alokasi dana *Corporate Social Responsibility* (CSR), sehingga pelaksanaan aktivitas CSR mampu dilakukan secara maksimal dan setelahnya dapat memperluas pengungkapan CSR.

Pada penelitian Sumaryono dan Asyik (2017) serta Wulandari dan Sudana (2018) memberikan kesimpulan yaitu profitabilitas tidak memengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Perbedaan penemuan hasil yaitu profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR terdapat di penelitian Santoso, Utomo, dan Astuti (2017), Mudjiyanti dan Maulani (2017), Ariawan dan Budiasih (2020), Tista dan Putri (2020), Pramesti dan Budiasih (2020), Andriana dan Anggara (2019), Istifarah dan Subardjo (2017). Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

*H3: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).*

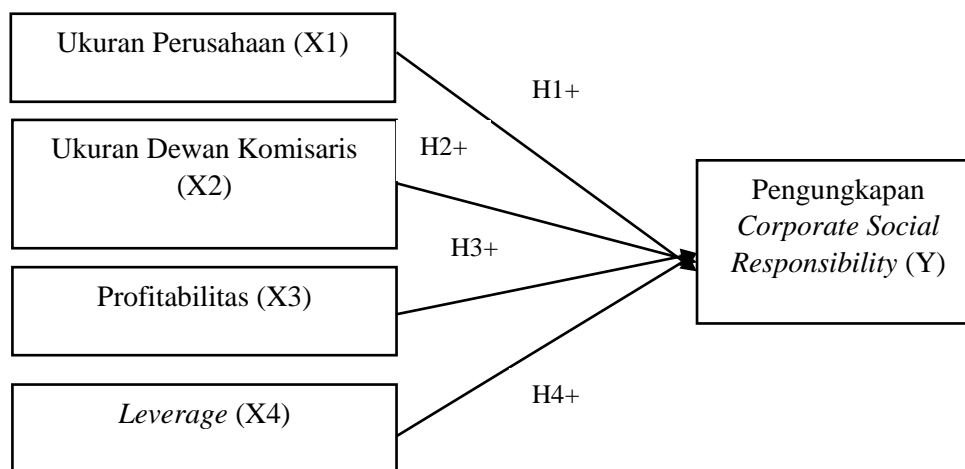
### **Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Analisis kinerja keuangan yang perhitungan rasionya digunakan untuk mengungkapkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber dana baik dari pinjaman luar maupun modal sendiri merupakan arti dari *leverage*. Rasio *leverage* dapat memberikan gambaran terkait struktur pendanaan dalam perusahaan, hal ini dapat memprediksi resiko utang yang tidak tertagih (Sumaryono dan Asyik, 2017). Dengan modal dari pinjaman luar yang bertambah maka pihak perusahaan juga berkewajiban untuk meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan (Sumaryono & Asyik, 2017). Peningkatan

pengungkapan *corporate social responsibility* diperlukan karena hal ini berdampak pada kepercayaan kreditur dalam memberikan pinjaman untuk perusahaan. Adanya *corporate social responsibility* yang berpengaruh pada kelangsungan usaha dapat menjadi pertimbangan kreditur bahwa perusahaan tetap dikenal masyarakat dan mampu mengembalikan pinjaman yang diberikan.

Berdasarkan penelitian Saputra (2016), Sumaryono dan Asyik (2017), Istifaroh dan Subardjo (2017), serta Wahyuningsih dan Mahdar (2018) diketahui hasil yaitu *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dari penelitian Ariawan dan Budiasih (2020) serta Wulandari dan Sudana (2018) mendapatkan hasil yang berbeda yaitu *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Perbedaan juga didapat dari hasil penelitian yang dilakukan Yani dan Suputra (2020) serta Andriana dan Anggara (2019) yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak memengaruhi pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H4: *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).



Gambar 1. Model Penelitian

## METODE PENELITIAN

### Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Dalam melakukan uji hipotesis, penelitian ini menggunakan teknik analisis yaitu regresi linier berganda. Dimensi waktu mengkombinasikan urutan waktu (*time series*) dan banyak sampel (*cross section*). Unit analisis penelitian yaitu pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018.

### Variabel Penelitian

#### *Pengungkapan Corporate Social Responsibility* (CSR)

*Pengungkapan Corporate Social Responsibility* (CSR) diartikan sebagai cara perusahaan memberikan informasi terkait adanya pengaruh kegiatan ekonomi perusahaan pada kehidupan sosial dan lingkungan dalam suatu kelompok dengan masyarakat sebagai kepentingannya (Hackston dan Milne, 1996; dalam Istifaroh dan Subardjo, 2017). Perhitungan tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dirumuskan dengan (Aprilia, 2020):

$$CSR_{RD} = \frac{\sum x_{ij}}{N_j}$$

#### Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan yaitu pengukuran dengan hasil nilai yang terkait dengan besar atau kecilnya perusahaan, sehingga mampu terklasifikasi salah satunya yaitu dari total aset (Rofiqkoh, 2016: 8; dalam Fahmi, 2019). Rumus yang digunakan untuk ukuran perusahaan adalah (Saputra, 2016: 80; dalam Fahmi, 2019):

Ukuran Perusahaan =  $Ln$  (total aset)

### Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dari dewan komisaris yaitu banyaknya anggota dewan komisaris yang bertugas di suatu perusahaan untuk mengawasi serta memberikan nasihat kepada direktur dan direksi (Fahmi, 2019). Rumus untuk mengukur dewan komisaris (Wardani, 2013: 29; dalam Fahmi, 2019):

$$\text{Ukuran Dewan Komisaris} = \sum \text{anggota dewan komisaris}$$

### Profitabilitas

Profitabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur besar atau kecilnya keuntungan dari penjualan, aset dan modal saham tertentu yang telah diupayakan oleh perusahaan (Sumaryono dan Asyik, 2017). *Return On Asset* (ROA) dapat diukur dengan rumus sebagai berikut (Sumaryono dan Asyik, 2017):

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

### Leverage

*Leverage* merupakan tinggi atau rendahnya hutang perusahaan yang digunakan untuk pembiayaan aktivitas operasi sehingga dapat menunjukkan tingkat resiko keuangan perusahaan (Sembiring, 2005; dalam Sumaryono dan Asyik, 2017). Adapun pengukurannya menggunakan rumus (Sumaryono dan Asyik, 2017):

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

### Jenis dan Sumber Data

Kuantitatif merupakan jenis data penelitian ini. Sumber data yang digunakan yaitu data sekunder, berupa data laporan tahunan perusahaan *consumer goods* tahun 2015-2018 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data ini bisa diperoleh melalui [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan metode dokumentasi. Cara ini bertujuan untuk memperoleh data berupa laporan tahunan perusahaan *consumer goods* yang telah dipublikasikan selama periode 2015-2018 dan terdaftar di BEI. Laporan tahunan dapat diunduh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan

Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018 sebanyak 51 perusahaan yang diperoleh dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Sampel penelitian meliputi sebagian perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2015-2018 yang memenuhi kriteria tertentu. Sampel dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria yang digunakan yaitu:

- Perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI selama periode 2015-2018.
- Perusahaan yang menerbitkan *annual report* tahun 2015-2018.
- Perusahaan yang menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangan.
- Perusahaan yang memberikan data mengenai jumlah dewan komisaris.
- Perusahaan yang menyediakan informasi mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### Analisis Data

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data (Ghozali, 2017). Uji normalitas digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara normal atau tidak. Uji multikolinieritas mempunyai tujuan melakukan pengujian mengenai ada atau tidaknya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen (Ghozali, 2017). Menguji model regresi terkait ada atau tidaknya kesamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain merupakan tujuan dari uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2016). Uji autokorelasi mempunyai tujuan untuk melakukan pengujian terkait model regresi linear sehingga dapat diketahui

ada atau tidaknya korelasi antar kesalahan pengganggu (*residual*) pada periode t dengan kesalahan pengganggu periode t-1 (sebelumnya) (Ghozali, 2017). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Persamaan model regresi penelitian ini yaitu:

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

Keterangan:

Y	: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)
$\alpha$	: Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$	: Koefisien Regresi Variabel Independen
X1	: Ukuran Perusahaan
X2	: Ukuran Dewan Komisaris
X3	: Profitabilitas
X4	: <i>Leverage</i>
e	: Error

Uji statistik t memberikan hasil mengenai seberapa jauh pengaruh individual dari masing-masing variabel independen pada variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel independen lain konstan (Ghozali, 2017). Uji F memberikan hasil ada atau tidaknya pengaruh semua variabel independen yang digunakan dalam model secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2017).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Statistik Deskriptif

Hasil analisis deskriptif menunjukkan variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (Y) memperoleh hasil nilai minimum sebesar 0,11, nilai maksimum 0,80, nilai rata-rata sebesar 0,2790, dan nilai standar deviasi 0,10427. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata pengungkapan *corporate social responsibility* selama periode pengamatan adalah rendah, sehingga penyampaian informasi terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan masih belum cukup luas.

Variabel ukuran perusahaan (X1) memperoleh hasil nilai minimum sebesar Rp133.831.888.800, nilai maksimum Rp96.537.796.000.000, nilai rata-rata sebesar Rp10.037.178.100.000, dan nilai standar deviasi Rp18.982.126.860.000. Rata-rata total aset yang tinggi menunjukkan bahwa ukuran perusahaan selama periode pengamatan tergolong perusahaan dengan ukuran besar.

Variabel ukuran dewan komisaris (X2) yang terdiri dari 2 orang dewan komisaris diketahui sebanyak 17 sampel (11,8%) dan yang terdiri dari 8 orang dewan komisaris sebanyak 3 sampel (2,1%). Hal ini menunjukkan bahwa jumlah dewan komisaris perusahaan sudah memenuhi Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33/PJOK.04/2014 yang menyatakan bahwa dewan komisaris paling sedikit berjumlah 2 orang.

Variabel profitabilitas (X3) memperoleh hasil nilai minimum sebesar -264,10%, nilai maksimum 92,10%, nilai rata-rata sebesar 6,9115%, dan nilai standar deviasi 26,50723%. Hal ini mengartikan bahwa rata-rata profitabilitas selama periode pengamatan adalah rendah, sehingga menunjukkan kurangnya efisiensi dalam pengelolaan aset perusahaan untuk memperoleh laba.

Variabel *leverage* (X4) memperoleh hasil nilai minimum sebesar -502,30%, nilai maksimum 630,46%, nilai rata-rata sebesar 81,8971%, dan nilai standar deviasi 96,93322%. Hal ini mengartikan bahwa rata-rata *leverage* selama periode pengamatan adalah rendah, total utang lebih kecil daripada total ekuitas sehingga kondisi keuangan cukup baik dan aman.

**Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran Perusahaan (X1)	144	25,62	32,20	28,7044	1,55546
Total Aset	144	133.831.888.800	96.537.796.000.000	10.037.178.100.000	18.982.126.860.000
Profitabilitas (X3)	144	-264,10	92,10	6,9115	26,50723
<i>Leverage</i> (X4)	144	-502,30	630,46	81,8971	96,93322



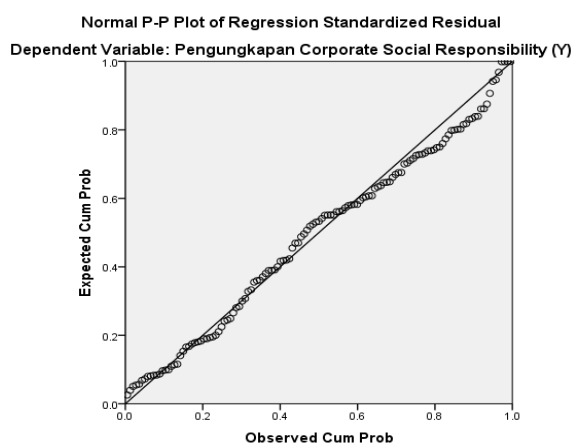
Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Y)	144	,11	,80	,2790	,10427
Valid N (listwise)	144				

**Tabel 2. Hasil Uji Distribusi Frekuensi Variabel Ukuran Dewan Komisaris**

		Ukuran Dewan Komisaris			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	2	17	11,8	11,8	11,8
	3	65	45,1	45,1	56,9
	4	7	4,9	4,9	61,8
	5	27	18,8	18,8	80,6
	6	17	11,8	11,8	92,4
	7	8	5,6	5,6	97,9
	8	3	2,1	2,1	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

### Uji Normalitas

Hasil analisis grafik pada gambar 1 menunjukkan bahwa data mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan jika data telah berdistribusi normal. Hasil ini didukung oleh hasil pengujian *Kolmogorov-Smirnov* yang disajikan pada tabel 3 yang menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* yaitu 0,73 dengan probabilitas signifikan  $0,088 > 0,05$ .



**Gambar 1. Grafik Normal Probabilitas Plot**

**Tabel 3. Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*  
One-Sample *Kolmogorov-Smirnov* Test**

		Unstandardized Residual
N		131
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,08261268
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,073
	Positive	,073
	Negative	-,046
Test Statistic		,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,088 <sup>c</sup>

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

### Uji Multikolinieritas

Pada tabel 4 hasil multikolinieritas diketahui tidak terdapat variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 10% atau 0,1. Hasil perhitungan VIF juga telah menunjukkan arti yang sama yaitu tidak terdapat variabel independen dengan nilai VIF lebih dari 10. Sehingga kesimpulannya adalah tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi dan data yang dipakai dalam penelitian ini telah bebas dari multikolinieritas.

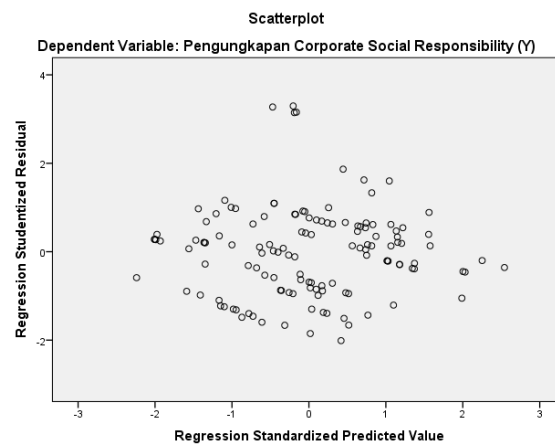
**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Ukuran Perusahaan (X1)	,632	1,582
Ukuran Dewan Komisaris (X2)	,694	1,440
Profitabilitas (X3)	,681	1,469
Leverage (X4)	,789	1,268

Sumber: Output SPSS 24

### Uji Heteroskedastisitas

Grafik *scatterplot* pada gambar 2 menunjukkan adanya penyebaran titik-titik secara acak yaitu berada di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka, model regresi layak digunakan untuk memprediksi pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* karena tidak terjadi heteroskedastisitas.



**Gambar 2. Grafik Scatterplot**

Sumber : Output SPSS 24

### Uji Autokorelasi

Nilai *Durbin Watson* terhitung sebesar 1,839, dengan batas atas (*du*) yaitu 1,7774 dan batas bawah (*dl*) yaitu 1,6508. Sehingga nilai *Durbin Watson* berada di antara batas atas atau  $du < d < 4-du$  yaitu  $1,7774 < 1,839 < 2,2226$ . Dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi. Hasil pengujian *run test* juga menunjukkan kesimpulan yang sama yaitu tidak ada autokorelasi, dengan nilai signifikansi yaitu  $0,078 > 0,05$ .

**Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,526 <sup>a</sup>	,277	,253	,05962	1,839

a. Predictors: (Constant), Leverage (X4), Ukuran Perusahaan (X1), Ukuran Dewan Komisaris (X2), Profitabilitas (X3)

b. Dependent Variable: Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Y)

Sumber: Output SPSS 24

**Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi Run Test**

<b>Runs Test</b>	
	<i>Unstandardized Residual</i>
Test Value <sup>a</sup>	,00493
Cases < Test Value	65
Cases >= Test Value	65
Total Cases	130
Number of Runs	56
Z	-1,761
Asymp. Sig. (2-tailed)	,078
a. Median	

Sumber: Output SPSS 24

## Uji Hipotesis

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Berdasarkan pada tabel 5 diketahui perolehan nilai *R Square* yaitu 0,277 (27,7%). Hal ini dapat diartikan sebesar 27,7% variabel pengungkapan *corporate social responsibility* dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan *leverage*. Sisa persentase sebesar 72,3% (100% - 27,7%) menunjukkan adanya penjelasan oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam variabel penelitian ini.

### Regresi Linier Berganda

Berdasarkan tabel 7, berikut merupakan persamaan regresi yang diperoleh:

$$Y = -0,069 + 0,015 UP + 0,007 UDK + 0,003 ROA + 0,000 DER$$

Persamaan regresi tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta regresi yaitu -0,069 yang berarti jika variabel ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan *leverage* dianggap konstan, maka tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* adalah -0,069.
- Koefisien Ukuran Perusahaan (UP) yaitu 0,015. Hal ini mengartikan setiap kenaikan satu satuan dari ukuran perusahaan dapat meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 0,015. Variabel lain diasumsikan normal.
- Koefisien Ukuran Dewan Komisaris (UDK) yaitu sebesar 0,007. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan satu satuan dari ukuran dewan komisaris maka pengungkapan *corporate social responsibility* dapat mengalami kenaikan sebesar 0,007. Variabel lain diasumsikan normal.
- Koefisien Profitabilitas (ROA) yaitu sebesar 0,003. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan profitabilitas sebesar satu satuan maka dapat meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 0,003. Variabel lain diasumsikan normal.
- Koefisien *Leverage* (DER) yaitu sebesar 0,000. Hal ini mengartikan apabila terjadi kenaikan *leverage* sebesar satu satuan maka dapat meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 0,000. Variabel lain diasumsikan normal.

**Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,069	,044		-1,561	,121
Ukuran Perusahaan (X1)	,015	,005	,241	2,778	,006

Ukuran Dewan Komisaris (X2)	,007	,006	,114	1,281	,203
Profitabilitas (X3)	,003	,001	,290	3,313	,001
Leverage (X4)	,000	,000	,156	1,971	,051

Sumber: Output SPSS 24

### Uji t

Hasil uji t untuk persamaan regresi dapat diketahui dari tabel 7 adalah sebagai berikut:

- Perhitungan uji t untuk ukuran perusahaan diperoleh hasil sebesar 2,778 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,006 ( $p < 0,05$ ). Artinya yaitu ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
- Perhitungan uji t untuk ukuran dewan komisaris diperoleh hasil sebesar 1,281 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,203 ( $p > 0,05$ ). Artinya yaitu ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
- Perhitungan uji t untuk profitabilitas diperoleh hasil sebesar 3,313 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 ( $p < 0,05$ ). Artinya yaitu profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
- Perhitungan uji t untuk *leverage* diperoleh hasil sebesar 1,971 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,051 ( $p > 0,05$ ). Artinya yaitu *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

### Uji F

Pada tabel 8, maka nilai F hitung diketahui yaitu 11,949, dan tingkat signifikansi yang dihasilkan  $< 0,05$  yaitu 0,000. Hasil tersebut mengartikan bahwa variabel ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan *leverage* secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Tabel 8. Hasil Uji F Persamaan Regresi

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,170	4	,042	11,949	,000 <sup>b</sup>
	Residual	,444	125	,004		
	Total	,614	129			

a. Dependent Variable: Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Y)

b. Predictors: (Constant), Leverage (X4), Ukuran Perusahaan (X1), Ukuran Dewan Komisaris (X2), Profitabilitas (X3)

Sumber: Output SPSS 24

### Pembahasan

Berdasarkan hasil output SPSS yang terdapat dalam tabel 4.12 untuk ukuran perusahaan (X1) mempunyai t hitung yaitu 2,778 dengan nilai signifikan 0,006 ( $p < 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima karena adanya pengaruh positif signifikan dari variabel ukuran perusahaan (X1) pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Semakin besar ukuran perusahaan maka pengungkapan CSR juga diketahui akan semakin mengalami perluasan merupakan arti dari ukuran perusahaan yang berpengaruh positif pada pengungkapan *corporate social responsibility*. Adanya aset perusahaan yang meningkat dapat memberikan kekuatan perusahaan dalam hal pendanaan kegiatan operasi dan investasi. Perusahaan mampu mendanai secara mandiri aktivitas-aktivitas perusahaan, termasuk pendanaan untuk program tanggung jawab sosial perusahaan. Hal tersebut mampu memengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang semakin lengkap. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yaitu dari Sumaryono dan Asyik (2017), Aprilia (2020), Pramesti dan Budiasih (2020), Andriana dan Anggara (2019), serta Wahyuningsih dan Mahdar (2018).

Berdasarkan hasil output SPSS yang terdapat dalam tabel 4.12 untuk ukuran dewan komisaris (X2) mempunyai t hitung yaitu 1,281 dengan nilai signifikan 0,203 ( $p > 0,05$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa  $H_2$  ditolak karena variabel ukuran dewan komisaris (X2) tidak memengaruhi

pengungkapan *corporate social responsibility*. Ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dikarenakan banyaknya dewan komisaris dengan peran yang dimiliki tidak menjamin kesadaran manajemen untuk memperhatikan mengenai tanggung jawab sosial. Dewan komisaris beranggapan jika tidak lengkap mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka tidak akan merugikan perusahaan dan banyaknya dewan komisaris tidak memengaruhi kinerja manajemen jika dewan komisaris sendiri masih kurang efektif dalam kerjanya (Fahmi, 2019). Pengungkapan CSR memang menjadi salah satu penerapan prinsip tanggung jawab dalam tata kelola yang baik, namun kinerja dewan komisaris yang belum efektif dan adanya batasan peran komisaris independen dalam pengungkapan CSR, maka tata kelola yang baik dapat diusahakan dari implementasi faktor lain yang lebih maksimal. Penelitian ini mendukung hasil penelitian dari Fahmi (2019), Dewi dan Muslih (2018), serta Chen (2019).

Berdasarkan hasil output SPSS yang terdapat dalam tabel 4.12 untuk profitabilitas (X3) mempunyai t hitung yaitu 3,313 dengan nilai signifikan 0,001 ( $p < 0,05$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa  $H_3$  diterima karena terdapat pengaruh positif signifikan dari variabel profitabilitas (X3) terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Artinya dengan bertambahnya keuntungan perusahaan, maka dapat menambah alokasi dana tanggung jawab sosial perusahaan sehingga program *corporate social responsibility* yang tertunda, program tambahan, dan program tahunan dapat dilaksanakan dengan baik sesuai yang direncanakan. Hal ini menyebabkan pengungkapan *corporate social responsibility* perlu untuk dilakukan secara lebih luas sehingga dapat menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sehingga hubungan dengan *stakeholder* terus terjalin baik. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian terdahulu dari Mudjiyanti dan Maulani (2017), Wahyuningsih dan Mahdar (2018), Istifarah dan Subardjo (2017), Andriana dan Anggara (2019), Pramesti dan Budiasih (2020), Ariawan dan Budiasih (2020), Tista dan Putri (2020), serta Wibowo (2019).

Berdasarkan hasil output SPSS yang terdapat dalam tabel 4.12 untuk *leverage* (X4) mempunyai t hitung yaitu 1,971 dengan nilai signifikan 0,051 ( $p > 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa  $H_4$  ditolak karena variabel *leverage* (X4) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. *Leverage* yang tidak memengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* dapat diartikan jika adanya ketergantungan terhadap utang yang semakin tinggi tidak memengaruhi aktivitas terkait dengan lingkungan dan sosial yang diupayakan oleh perusahaan. Hal tersebut dikarenakan adanya kewajiban yang bertambah menjadi fokus penting sehingga perusahaan lebih memprioritaskan untuk memperoleh laba dan menyelesaikan kewajiban perusahaan tersebut, sehingga tanggung jawab sosial dijalankan dengan tidak maksimal. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu dari Pratiwi dan Ismawati (2019), Yani dan Suputra (2020), Andriana dan Anggara (2019), serta Wibowo (2019).

### KESIMPULAN, SARAN, DAN REKOMENDASI

Berdasarkan pengujian dan pembahasan, maka peneliti dapat menyimpulkan yaitu ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dengan nilai signifikansi  $< 0,05$ . Ukuran dewan komisaris dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dengan nilai signifikansi  $> 0,05$ . Penelitian ini mempunyai keterbatasan yaitu variabel ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan *leverage* memiliki tingkat kemampuan yang rendah dalam menjelaskan pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu hanya sebesar 27,7%; penelitian ini menggunakan sampel perusahaan *consumer goods* sehingga sampel penelitian belum cukup luas; dan jumlah dewan komisaris digunakan sebagai pengukuran variabel ukuran dewan komisaris. Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang diketahui, maka peneliti memberikan saran yaitu menambah variabel independen seperti kepemilikan manajemen, kepemilikan asing, umur perusahaan, kapitalisasi pasar, *media exposure* dan variabel lainnya; peneliti dapat menggunakan sampel perusahaan manufaktur untuk memperluas sampel penelitian sehingga dapat lebih akurat; dan penelitian selanjutnya untuk variabel ukuran dewan komisaris sebaiknya menggunakan ukuran yaitu jumlah rapat dewan komisaris.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, J., dan Lestari, S. A. 2019. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Ukuran Komite Audit terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Riset & Jurnal Akuntansi*, 4 (1): 48-57.
- Andriana, I. K., dan Anggara, I. W. 2019. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Kepemilikan Saham Publik pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *E-Jurnal Akuntansi*, 29 (1): 111-127.
- Aprilia, D. 2020. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018: Skripsi, Program Sarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Ariawan, I. D., dan Budiasih, I. G. 2020. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *E-Jurnal Akuntansi*, 30 (10): 2525-2539.
- Awuy, V. P., Sayekti, Y., dan Purnamawati, I. 2016. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 18 (1): 15-26.
- Chen, M. 2019. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris dan Kepemilikan Asing terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *EL MUHASABA: Jurnal Akuntansi*, 10 (2): 141-158.
- Dewi, R. U., dan Muslih, M. 2018. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Kajian Akuntansi*, 19 (2): 212-220.
- Fahmi, M. 2019. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan *Consumer Goods* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 19 (1): 26-39.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2017. *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 24*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Istifarah, A., dan Subardjo, A. 2017. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6 (6): 1-19.
- Maharesti, W. S. 2018. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kinerja Lingkungan dan Liputan Media terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*: Skripsi, Program Sarjana Universitas Islam Indonesia.
- Mudjiyanti, R., dan Maulani, S. S. 2017. Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*, 13 (3): 342-346.
- Pramesti, A. A., dan Budiasih, I. G. 2020. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Publik pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *E-Jurnal Akuntansi*, 30 (4): 1006-1018.
- Pratiwi, L., dan Ismawati, K. 2019. Analisis Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014. *Surakarta Accounting Review (SAREV)*, 1 (1): 16-25.
- Santoso, A. D., Utomo, S. W., dan Astuti, E. 2017. Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (Studi pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2015). *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*, 9 (1): 836-853.
- Saputra, S. E. 2016. Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas dan *Size* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *ECONOMICA*, 5 (1): 75-89.
- Sumaryono, A., dan Asyik, N. F. 2017. Pengaruh *Size*, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6 (8): 1-17.
- Tista, K. R., dan Putri, I. G. 2020. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *E-Jurnal Akuntansi*, 30 (11): 2737-2752.
- Wahyuningsih, A., dan Mahdar, N. M. 2018. Pengaruh *Size*, *Leverage* dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Kalbisocio*, 5 (1): 27-36.

- Wibowo, T. A. 2019, Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris dan Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR): Skripsi, Program Sarjana STIE Perbanas Surabaya.
- Wulandari, A. A., dan Sudana, I. P. 2018. Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Asing, Kepemilikan Manajemen, dan *Leverage* pada Intensitas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *E-Jurnal Akuntansi*, 22 (2): 1445-1472.
- Yani, N. P., dan Suputra, I. D. 2020. Pengaruh Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *E-Jurnal Akuntansi*, 30 (5): 1196-1207.



Hak Kপি (*copy right*) atas Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi ada pada penerbit dengan demikian isinya tidak diperkenankan untuk dikopi atau di-*email* secara masal atau dipasang diberbagai situs tanpa ijin tertulis dari penerbit. Namun demikian dokumen ini dapat diprint diunduh, atau di-*email* untuk kepentingan atau secara individual.

---