

UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
MEDAN-INDONESIA

Dengan ini ditandatangani bahwa Skripsi Sarjana Ekonomi Program Sarjana Satu (S1)  
dari mahasiswa:

Nama : Kevin J Siregar  
NPM : 20510041  
Program Studi : Akuntansi  
Judul Skripsi : Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020 -2022

Telah diterima dan terdaftar pada Fakultas Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan. Dengan diterimanya Skripsi ini, maka telah dimaklumi syarat-syarat akademik untuk menempuh Ujian Skripsi guna menyelesaikan studi.

Sarjana Ekonomi Program Studi Strata Satu (S1)  
Program Studi Akuntansi

Pembimbing Utama



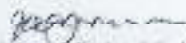
(Dr. Adnan Solihun, S.E., M.Si., Ak, CA)

Dekan



(Dr. E. Hamerikano Siallagan, S.E., M.Si)

Pembimbing pendamping



(Dr. Indunggiy Sijabat, S.E., M.Si)

Ketua Program Studi



(Dr. E. Masatuh Barliana Lubis Gint, S.E., M.Si., Ak, CA)

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perusahaan merupakan suatu badan usaha yang didirikan dengan tujuan memperoleh keuntungan dari aktivitas operasionalnya. Keuntungan yang diperoleh perusahaan juga diharapkan dapat meningkat seiring dengan berjalannya waktu. Akan tetapi, selain untuk memperoleh keuntungan, perusahaan juga harus memperhatikan peran sosialnya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Seiring dengan perkembangan dunia bisnis yang semakin maju, masyarakat akan semakin peka terhadap segala bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan yang berdampak pada lingkungan sekitarnya. Hal ini tentunya akan menjadi pertimbangan bagi para pelaku bisnis yang menjalankan usahanya supaya dapat mempertanggungjawabkan kegiatan usahanya.

Tingkat kesadaran masyarakat yang berubah menciptakan kesadaran baru bagi perusahaan kecil, menengah, atau perusahaan besar supaya memiliki tanggung jawab yang besar atas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dituangkan di dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan tidak boleh bertindak sewenang-wenang dalam memperoleh keuntungan dengan mengesampingkan dampak dari aktivitas operasionalnya. Akan tetapi, perusahaan juga harus memperhatikan dan melaksanakan tanggung jawab

sosial dan lingkungan sehingga simbiolisme mutualisme yang saling menguntungkan dapat tercipta antara masyarakat dan lingkungan dengan perusahaan.

Perusahaan harus dapat berfungsi sebagai organisasi yang dapat memberikan manfaat jangka panjang kepada masyarakat umum. Teori dan metode akuntansi tradisional menyatakan bahwa perusahaan haruslah menggunakan keuntungan mereka untuk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap masyarakat. Perusahaan adalah bagian dari komunitas masyarakat dan lingkungan dimana kehadirannya akan memberikan manfaat seperti kesempatan kerja, sumbangan, pembayaran pajak, penyediaan barang, jasa dan lain-lain. Namun dibalik itu semua, keberadaan perusahaan juga tidak terlepas dari aktivitas perusahaan yang bahkan dapat merugikan kepentingan pihak lain yang ternyata banyak menimbulkan berbagai persoalan sosial dan lingkungan, seperti polusi udara, kebisingan, pemaksaan, kesewenang-wenangan, keracunan, diskriminasi, produksi makanan haram serta bentuk *negative externalities* lain (Harahap, 2001) dalam (Fajriyah, Inmas Nur, 2020).

Lingkungan merupakan salah satu faktor penunjang keberlangsungan perusahaan. Oleh karena itu, perlu bagi sebuah perusahaan untuk menyadari bahwa tanggung jawab terhadap lingkungan adalah langkah penting dalam menjaga keberlangsungan perusahaan. Perusahaan perlu lebih memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan mereka. Karena pada saat ini, banyak perusahaan yang hanya terfokus pada kepentingan laba perusahaan saja dan kurang memperhatikan aspek sosial dan lingkungan (Iksmitaningrum, 2013) dalam (E. I. Putri & Gunawan, 2019). Tanggung jawab sosial hadir dalam upaya meningkatkan keberlangsungan perusahaan dengan menjalin hubungan kolaboratif antar

pemangku kepentingan. Tanggung jawab sosial terhadap pemangku kepentingan melahirkan istilah tanggung jawab sosial perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan timbul sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada masyarakat dan kepada para pemangku kepentingan. Masyarakat perlu mengetahui seberapa baik pelaku usaha dalam melakukan kegiatan sosialnya sehingga masyarakat berhak atas kehidupan yang aman dan tentram, serta kesejahteraan karyawan. Tanggung jawab sosial perusahaan inilah yang dibutuhkan masyarakat untuk diungkapkan oleh perusahaan karena hal ini merupakan salah satu bentuk wujud kepedulian perusahaan terhadap lingkungan. Informasi yang berkaitan dengan interaksi organisasi, baik finansial maupun non finansial adalah gambaran dari tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri. Salah satu tujuan dari tanggung jawab sosial adalah untuk mendorong dunia usaha supaya bertindak lebih etis sehingga mereka tidak memiliki dampak negatif atau buruk kepada masyarakat dan lingkungan (S. N. Dewi, 2015).

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan muncul pada tahun 1970-an dan diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berkaitan dengan nilai-nilai, pemenuhan hukum, penghargaan lingkungan dan masyarakat serta komitmen dunia usaha dalam mendukung pembangunan berkelanjutan. Oktariani, N. W., & Mimba, (2014) mengungkapkan CSR adalah sebuah konsep yang menjelaskan tentang tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan (*stakeholder*) maupun pihak lain yang terkena dampak dari kegiatan operasional perusahaan. Wulandari, I. A. T., & Suprasto, (2015) juga menyatakan CSR merupakan salah satu faktor yang memiliki pengaruh terhadap respon

investor dalam pengambilan keputusannya terkait penanaman modal di perusahaan. CSR dapat menyajikan transparansi dan memungkinkan perusahaan untuk terlibat dalam aktivitas sosial. Informasi yang diungkapkan mencakup data perusahaan, informasi keuangan, dan dampak lingkungan dan sosial perusahaan. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus melaporkan laporan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan.

Salah satu fenomena rendahnya praktik tanggung jawab sosial perusahaan terjadi pada PT. Indofood CBP Indolakto diduga melakukan pencemaran lingkungan. Pembuangan limbah yang dilakukan secara ilegal dapat mengontaminasi saluran udara yang menyebabkan kerusakan pada kehidupan lingkungan sungai dan sekitarnya. Limbah yang dibuang berupa bahan kimia, bahan radioaktif, logam berat, udara yang terkontaminasi, gas, atau bahan berbahaya lainnya. Pembuangan air limbah PT. Indofood CBP kawasan Indolakto diduga mencemari lingkungan, hal ini terlihat dari bukti yang ada, kocoran pembuangan udara limbah berwarna coklat kemerahan, beraroma bau dan lengket. Limbah tersebut berdampak pada aliran sungai sehingga merancuni beberapa kolam ikan yang ada, apalagi masyarakat sekitar masih menggunakan air sungai tersebut untuk mencuci. Oleh karena itu, kesadaran akan tanggung jawab sosial perusahaan masih harus lebih ditingkatkan.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang digunakan untuk mengelompokkan perusahaan ke dalam kelompok perusahaan besar atau perusahaan kecil. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan yang semakin besar menimbulkan tekanan dari para *stakeholder* supaya

perusahaan lebih memperhatikan tanggung jawab sosialnya. Perusahaan besar umumnya memiliki lebih banyak sumber daya untuk dialokasikan dalam pendanaan tanggung jawab sosialnya. Selain itu, perusahaan besar memiliki kapitalisasi pasar yang berdampak pada masyarakat luas dan lingkungan sekitar yang mendorong perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh dewan komisaris. Dewan komisaris di dalam suatu perusahaan berfungsi sebagai pengawas ataupun penasihat supaya kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan baik. Dewan komisaris memiliki kewenangan membuat keputusan terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Ukuran dewan komisaris merujuk kepada banyaknya anggota dewan komisaris di dalam perusahaan yang mencakup komisaris independen dan komisaris independen. Semakin banyak anggota dewan komisaris, maka perusahaan akan lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk menelaah lebih dalam pengaruh ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, namun masih ditemukan hasil yang belum konsisten. Misalnya penelitian yang dilakukan oleh Suprasto & Haryanti, (2019) menunjukkan umur perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif pada *corporate social responsibility disclosure*, sedangkan profitabilitas dan ukuran dewan komisaris tidak dapat dibuktikan berpengaruh pada *corporate social responsibility disclosure*. Sementara itu, penelitian Fajriyah, Inmas Nur, (2020) menunjukkan bahwa hipotesis faktor profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan

tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada industri sub sektor makanan dan minuman. Sementara itu, ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada industri sub sektor makanan dan minuman. Liani & Yusrizal, (2019) Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Profitabilitas, Profil Perusahaan, dan Jumlah Dewan Komisaris memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Disisi lain, hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap CSR.

Manurung, (2015) dalam penelitiannya mendapatkan kesimpulan bahwa variabel independen ukuran dewan komisaris, kepemilikan asing, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kemudian secara uji signifikansi parameter individual (t-test), menunjukkan bahwa variabel ukuran dewan komisaris dan kepemilikan asing berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* tidak menunjukkan pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Putri & Gunawan, (2019) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel independen profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, struktur kepemilikan institusional, manajerial dan asing secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel pengungkapan CSR. Kemudian secara uji signifikansi individual, menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan struktur kepemilikan asing berpengaruh positif signifikan terhadap

pengungkapan CSR. Sedangkan variabel *leverage*, struktur kepemilikan institusional dan manajerial tidak menunjukkan pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Afifah & Immanuela, (2021) dalam penelitiannya 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*. Sugeng, (2020) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan, *leverage* dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sebaliknya, profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian Laifa et al., (2022) menunjukkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Ukuran dewan komisaris secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Secara simultan ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

Adanya perbedaan-perbedaan yang timbul dari hasil penelitian-penelitian terdahulu menjadi dasar melakukan penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2022 menjadi objek penelitian ini karena industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor industri yang paling pesat berkembang di Indonesia yang didorong oleh pertumbuhan populasi dan



konsumsi masyarakat indonesia yang semakin meningkat sehingga dapat berpotensi menimbulkan masalah-masalah sosial.

Atas dasar penjelasan tersebut, maka penulis mengangkat judul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, tanggung jawab sosial perusahaan adalah salah satu faktor penting dalam keberlangsungan perusahaan. Maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

## **1.3 Batasan Penelitian**

Batasan dalam penelitian bertujuan untuk membatasi pembahasan yang terlalu luas mengenai aspek atau bidang yang tidak berkaitan dengan masalah penelitian. Dengan demikian, penelitian dapat lebih terfokus dalam bidang atau ruang lingkup masalah yang diteliti. Batasan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk membuktikan pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Untuk membuktikan pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan acuan, referensi atau literatur bagi peneliti-penelitian selanjutnya dalam bidang akuntansi disamping sebagai sarana untuk menambah wawasan yang lebih luas.

##### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan memberikan manfaat untuk dapat mempelajari lebih dalam lagi mengenai praktik tanggung jawab sosial perusahaan. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak mereka yang seharusnya diperoleh baik dari segi hak

asasi manusia, lingkungan, ekonomi, dan informasi tentang produk yang dikeluarkan perusahaan.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori *Stakeholders***

Menurut teori *stakeholders*, perusahaan harus mampu memberikan manfaat bagi para *stakeholder*. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan harus melakukan kontribusi terhadap pemangku kepentingan dan bukan hanya mementingkan diri sendiri (Kristina & Wati, 2019). Pengungkapan teori ini dapat membangun hubungan yang baik antara pemangku kepentingan dengan sosial. Pemangku kepentingan terdiri dari 2 (dua) pihak yaitu pihak internal (masyarakat atau pemerintah) dan pihak eksternal (pekerja atau pemasok) (Wuttichindanon, 2017).

*Stakeholder* adalah orang-orang yang terlibat dengan suatu perusahaan atau organisasi dan turut serta dalam permasalahan yang sedang dibahas. *Stakeholder* dapat berupa individu, komunitas, atau kelompok orang yang mempunyai koneksi dengan organisasi atau masalah yang sedang dibahas. *Stakeholder* dapat dikelompokkan berdasarkan karakteristiknya yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder. *Stakeholder* primer adalah orang-orang atau kelompok penting yang membantu perusahaan untuk tetap eksis dalam bisnisnya. *Stakeholder* primer meliputi: investor, karyawan konsumen, dan pemasok. *Stakeholder* sekunder adalah orang-orang yang terkena dampak, namun mereka tidak terlibat langsung dalam bisnis perusahaan.

*Stakeholder* primer adalah jenis *stakeholder* yang paling berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan karena memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ketersediaan sumber daya perusahaan. Oleh karena itu, untuk menjelaskan perkembangan tanggung jawab sosial perusahaan di suatu perusahaan, teori pemangku kepentingan (*stakeholder*) sangat relevan. Teori ini memberikan landasan bahwa suatu perusahaan harus memberikan manfaat kepada pemangku kepentingannya. Dengan menerapkan program tanggung jawab sosial, keuntungan ini dapat dicapai. Dengan adanya program tersebut, diharapkan akan meningkatkan kesehatan karyawan, pelanggan, dan masyarakat lokal serta menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dengan lingkungannya.

### **2.1.2 Teori Legitimasi**

Teori legitimasi merupakan sebuah konsep tentang kesepakatan sosial yang terjadi diantara perusahaan dengan masyarakat terkait legitimasi organisasi dimana terdapat pengaruh masyarakat luas dalam menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya (Siregar & Tampubolon, 2019). Fokus dari teori legitimasi adalah hubungan antara perusahaan dan masyarakat dengan pandangan bahwa suatu perusahaan adalah bagian dari sistem sosial, maka perusahaan perlu menyeimbangkan norma perilaku masyarakat dengan nilai-nilai sosial yang terkandung dalam sistem perusahaan. Ketika kedua sistem tersebut tersebut berjalan selaras, legitimasi perusahaan akan berjalan selaras dan jika tidak, maka legitimasi perusahaan akan terancam.

Praktik pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan dinilai sebagai bentuk akuntabilitas perusahaan kepada masyarakat dengan mempertimbangkan berbagai dampak

sosial dan lingkungan yang ditimbulkan perusahaan (Putri, Rafika Anggraini dan Christiawan, 2014). Melalui tanggung jawab sosial perusahaan, suatu perusahaan dapat meningkatkan legitimasinya. Oleh karena itu, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan wujud kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Adanya program tanggung jawab sosial perusahaan memungkinkan perusahaan berkontribusi positif terhadap masyarakat sekitar dan memungkinkan perusahaan dapat diterima dengan baik di lingkungannya.

## **2.2 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

### **2.2.1 Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu konsep manajemen dimana perusahaan memadukan isu-isu lingkungan dan sosial ke dalam operasi perusahaan mereka dan melibatkan pemangku kepentingan yang memiliki nilai-nilai yang sama. Secara umum, tanggung jawab sosial perusahaan dipahami sebagai sarana yang digunakan untuk mengatasi dampak gabungan dari tekanan ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup sekaligus memitigasi terjadinya risiko yang terkait dengan peningkatan ekuitas partisipasi pasar saham. Tanggung jawab sosial merupakan suatu keharusan bagi perusahaan yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa kepada masyarakat, melainkan turut ambil bagian dalam hal meningkatkan kualitas lingkungan sosial masyarakat maupun memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat di tempat mereka beroperasi (Siregar & Tampubolon, 2019).

Menurut Maulani (2017), CSR mengacu pada upaya perusahaan untuk tidak hanya menyediakan produk dan layanan kepada masyarakat lokal, namun juga secara fisik menjaga kualitas lingkungan sosial dan secara aktif memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat dimana perusahaan beroperasi. Perusahaan mempunyai suatu keharusan untuk berkontribusi di alam strategi bisnis, kualitas karyawan, keluarganya, komunitas dan pemerintah. Tanggung jawab sosial perusahaan didasarkan pada 3 (tiga) pilar yang dikenal dengan 3-P : (*People, Planet, Profit*) atau *Triple Bottom Line* (Ekonomi, Lingkungan, Masyarakat). Oleh karena itu, dengan menerapkan konsep tanggung jawab sosial perusahaan, diharapkan ketiga faktor yaitu faktor manusia atau sosial, faktor keuntungan atau ekonomi, dan faktor global atau lingkungan hidup dapat tetap seimbang dan berada pada kondisi ideal yang dirancang untuk mendukung pembangunan berkelanjutan (Rusdianto, 2013).

### **2.2.2 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Pengungkapan merupakan suatu metode pertukaran informasi dalam laporan keuangan yang diperlukan dalam memaksimalkan kebutuhan operasi pasar. Pengungkapan adalah sarana yang dapat digunakan untuk menyajikan berbagai informasi penting yang diperlukan dalam pengoperasian pasar modal yang efisien dan optimal. Dalam hal ini pengungkapan tanggung jawab sosial bertujuan untuk mengungkapkan informasi tentang rencana bisnis dengan fokus pada jaminan kualitas memberikan dampak positif dan jangka panjang bagi perusahaan meskipun dilakukan secara sukarela (Fajriyah, Inmas Nur, 2020). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebuah konsep yang

membicarakan tentang dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan perusahaan untuk para pemangku kepentingan (Hastuti, 2014).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ini dimuat dalam laporan keberlanjutan suatu perusahaan dalam rangka pembangunan berkelanjutan yang di dalamnya berkaitan tentang situasi perekonomian, lingkungan sosial, dan kinerja perusahaan. Laporan ini merupakan satu kesatuan dengan laporan yang menjadi tanggung jawab direksi di Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bersifat opsional (pengungkapan sukarela) karena bukan termasuk dalam laporan keuangan (pengungkapan minimum) yang ditetapkan oleh standar akuntansi yang berlaku (Suprasto & Haryanti, 2019). Adapun tujuan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah untuk mengkomunikasikan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan selama periode waktu tertentu. Selain itu, perusahaan dapat menghindari konflik sosial dan lingkungan dengan menggunakan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai alat manajerial. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga dapat dimanfaatkan dalam peningkatan penjualan, citra perusahaan, memperkuat *brand* serta menambah daya tarik perusahaan.

### **2.3 Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan merujuk kepada pengklasifikasian perusahaan yang didasarkan pada besar kecilnya perusahaan, kebutuhan perusahaan, pengalaman serta kemampuan perusahaan. Menurut Adawiyah (2013) dalam (Indrayenti, 2018) ukuran perusahaan adalah sejauh mana perusahaan digolongkan sebagai perusahaan besar atau kecil yang ditentukan



oleh total aset, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah karyawan, dan lain-lain. Ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan ke dalam 3 (tiga) kategori yaitu perusahaan kecil, perusahaan menengah dan perusahaan besar. Pengklasifikasian tersebut didasarkan atas jumlah aset yang dimiliki dan banyaknya penjualan yang dihasilkan perusahaan tersebut setiap tahun. Untuk membiayai penyediaan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan, dana dan sumber daya tentu dibutuhkan perusahaan. Perusahaan besar harus mengungkapkan lebih banyak informasi dibandingkan perusahaan kecil karena mereka akan lebih banyak bersinggungan dengan masalah yang terkait dengan politik (Wiyono & Sondakh, 2019).

#### **2.4 Dewan Komisaris**

Dewan komisaris adalah kelompok yang terdiri dari individu-individu yang dipilih oleh pemegang saham untuk memastikan segala sesuatu berjalan dengan semestinya. Mereka memberikan nasihat kepada para dewan direksi dan membuat keputusan penting. Pengawasan dan nasihat yang diberikan oleh dewan komisaris bukan untuk kepentingan satu pihak atau kelompok tertentu, melainkan untuk kepentingan perusahaan secara keseluruhan. Di Indonesia, dewan komisaris merupakan jabatan terpenting kedua setelah Rapat Umum Pemegang Saham. Dewan komisaris dipimpin oleh komisaris utama. Dewan komisaris berwenang sebagai pengendalian internal terkait pengelolaan perusahaan oleh manajerial, serta dapat berwenang untuk menentukan bagaimana pihak manajemen memenuhi tugasnya dalam pengembangan dan pelaksanaan internal kontrol perusahaan (Subiantoro, O. H., & Mildawati, 2015).

Sesuai dengan peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 33/POJK.04/2014 tentang direksi dan dewan komisaris emiten atau perusahaan publik, dewan komisaris paling kurang terdiri dari 2 (dua) orang anggota dewan komisaris. Jumlah dewan komisaris dapat disesuaikan dengan kompleksitas perusahaan dengan tetap memperhatikan kepentingan bahwa keputusan dapat diambil secara efektif, tepat dan cepat, serta dapat bertindak independen. Selain itu, dalam hal anggota dewan komisaris tidak merangkap jabatan sebagai anggota direksi, anggota dewan komisaris yang bersangkutan dapat merangkap sebagai anggota dewan komisaris paling banyak pada 4 (empat) emiten atau perusahaan publik lain. Dewan komisaris memiliki pengaruh yang kuat terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial karena wewenang yang dimilikinya. Dewan komisaris terdiri dari *inside director* dan *outside director* yang memiliki akses ke informasi penting yang dapat digunakan dewan komisaris dalam pengambilan keputusan yang efektif dan meningkatkan akuntabilitas perusahaan. Dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan dianggap lebih baik karena mereka akan menetapkan kebijakan perusahaan yang lebih objektif daripada perusahaan dengan susunan dewan komisaris yang berasal dari dalam perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dengan dewan komisaris yang lebih besar akan mengungkapkan tanggung jawab sosial yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki dewan komisaris yang lebih kecil.

## **2.5 Telaah Penelitian Terdahulu**

Studi tentang tanggung jawab sosial perusahaan yang dipengaruhi oleh ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris telah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti. Hasil

dari banyaknya penelitian yang dilakukan ini juga berbeda-beda dan menunjukkan bahwa adanya perbedaan temuan antara seorang peneliti dengan peneliti lainnya.

Suprasto & Haryanti, (2019) meneliti pengaruh karakteristik perusahaan pada pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Sampel penelitian adalah 52 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini bahwa umur perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Sementara profitabilitas dan ukuran dewan komisaris tidak terbukti berpengaruh positif pada *corporate social responsibility disclosure*.

Fajriyah, Inmas Nur, (2020) melakukan penelitian tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sampel yang digunakan adalah 37 perusahaan industri sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Liani & Yusrizal, (2019) mengadakan penelitian terkait dengan analisis pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016.

Berdasarkan kriteria yang ditentukan pada periode 2014-2016, terdapat 50 sample dari 136 perusahaan yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa umur perusahaan, ukuran perusahaan, dan *leverage* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Sementara itu, profitabilitas, profil perusahaan, dan jumlah dewan komisaris mempunyai pengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

Fahmi, (2019), meneliti pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Terdapat 21 sampel perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2012-2016 yang memenuhi kriteria. Dari hasil penelitian yang dilakukan didapat kesimpulan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* secara parsial, profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* secara parsial, ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* secara parsial dan secara simultan menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Manurung, (2015) melakukan penelitian tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 54 sampel dari perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2011-2013. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen ukuran

dewan komisaris, kepemilikan asing, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kemudian secara uji signifikansi parameter individual (t-test), menunjukkan bahwa variabel ukuran dewan komisaris dan kepemilikan asing berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* tidak menunjukkan pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Putri & Gunawan, (2019) meneliti tentang analisis pengaruh karakteristik perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan struktur kepemilikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* di perusahaan *property* dan *real estate*. Objek penelitian ini adalah perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI pada tahun 2014-2016 dan didapat 126 sampel yang memenuhi kriteria. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, struktur kepemilikan institusional, manajerial, dan asing secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel pengungkapan CSR. Kemudian secara uji signifikansi individual, menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan struktur kepemilikan asing berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan variabel *leverage*, struktur kepemilikan institusional dan manajerial tidak menunjukkan pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Ningsih, (2020) meneliti pengaruh karakteristik perusahaan, struktur kepemilikan, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018 dan didapat 23 sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. *Leverage* dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

**Tabel 2. 1**  
**Telaah Penelitian Terdahulu**

No.	Penelitian dan Tahun	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Suprasto & Haryanti, (2019)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	Variabel Independen: Umur perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan ukuran dewan komisaris Variabel Dependen: Pengungkapan CSR	Umur perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif pada corporate social responsibility disclosure, sedangkan profitabilitas dan ukuran dewan komisaris tidak dapat dibuktikan berpengaruh pada corporate social responsibility disclosure
2	Fajriyah, Inmas Nur, (2020)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap	Variabel Independen: Profitabilitas, leverage, ukuran	Profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan

		Pengungkapan Corporate Social Responsibility	dewan komisaris dan ukuran perusahaan Variabel Independen: Pengungkapan CSR	corporate social responsibility. Sementara itu, ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR
3	Liani & Yusrizal, (2019)	Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016	Variabel Independen: Umur perusahaan, ukuran perusahaan, profabilitas, profil perusahaan, jumlah dewan komisaris, dan leverage Variabel Dependen: Pengungkapan CSR	Profitabilitas, profil perusahaan, dan jumlah dewan komisaris memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Disisi lain, hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh umur perusahaan, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap CSR.
4	Fahmi, (2019)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen: Profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris. Variabel Dependen: Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	Secara parsial profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> sedangkan ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Secara bersamaan menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

5	Manurung, (2015)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Variabel Independen: Ukuran dewan komisaris, kepemilikan asing, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage. Variabel Dependen: Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.	Ukuran dewan komisaris, kepemilikan asing, ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kemudian secara uji signifikansi parameter individual menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris dan kepemilikan asing berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage tidak menunjukkan pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
6	Putri & Gunawan, (2019)	Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Perusahaan	Variabel Independen: Profitabilitas, likuiditas, leverage, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, struktur kepemilikan manajerial, struktur kepemilikan	Profitabilitas, likuiditas, leverage, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, struktur kepemilikan institusional, manajerial dan asing secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Kemudian secara uji signifikansi individual, profitabilitas,



		Property Dan Real Estate	institusional, dan struktur kepemilikan asing. Variabel Dependen: Pengungkapan CSR	likuiditas, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan struktur kepemilikan asing berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan leverage, struktur kepemilikan institusional dan manajerial tidak menunjukkan pengaruh terhadap pengungkapan CSR
7	Ningsih, (2020)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Struktur Kepemilikan, Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)	Variabel Independen: Profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, dan ukuran dewan komisaris. Variabel Dependen: Pengungkapan CSR	Profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Leverage dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

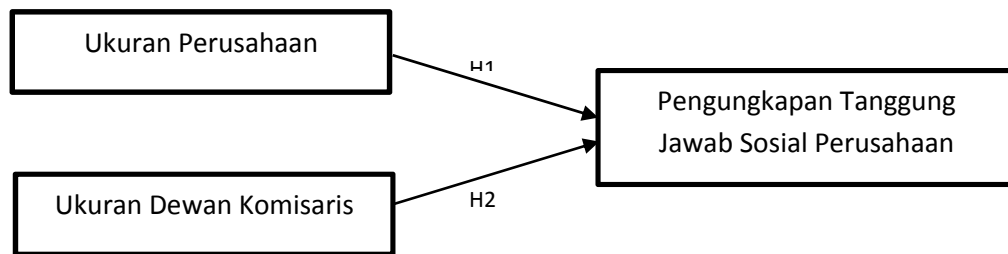
Sumber : Data diolah peneliti, 2023

## 2.6 Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

### 2.6.1. Kerangka Teoritis

Mengacu pada urutan teoritis dan tinjauan penelitian terdahulu, variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris. Ukuran perusahaan adalah pengklasifikasian perusahaan berdasarkan total aset yang dimilikinya.

Ukuran dewan komisaris adalah banyaknya anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan yang mencakup komisaris independen dan komisaris dependen. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Maka kerangka teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



**Gambar 2.1 Kerangka Teoritis**

## **2.6.2. Pengembangan Hipotesis**

### **2.6.2.1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Besar kecilnya suatu perusahaan dapat diukur dengan total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasarnya. Semakin banyak total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasar perusahaan, maka semakin besar ukuran perusahaannya. Ukuran perusahaan dipercaya dapat berpengaruh terhadap seberapa besar tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang lebih besar biasanya lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan yang lebih kecil. Perusahaan yang bertahan lama menunjukkan lebih banyak tanggung jawab sosial yang diungkapkan. Selain itu, kegiatan usaha yang dilakukan oleh perusahaan besar tentunya cenderung lebih beragam dan variatif dibandingkan dengan perusahaan kecil sehingga perusahaan besar mempunyai dampak signifikan bagi masyarakat

dan lingkungan sekitar mereka (S. Dewi & Yanto, 2021). Oleh karena itu, perusahaan besar akan mempublikasikan informasi secara rinci untuk memperoleh legitimasi dari para pemangku kepentingan.

Berdasarkan kajian di atas, maka hipotesis yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>1</sub>** : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### **2.6.2.2. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Ukuran dewan komisaris mengacu kepada jumlah anggota dewan komisaris di dalam suatu perusahaan. Dewan komisaris sebagai utusan dari para pemangku kepentingan bertugas untuk mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilakukan oleh manajemen. Oleh karena itu dewan komisaris dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin banyak ukuran dewan komisaris, maka perusahaan akan lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri & Gunawan, (2019) dan Indrayenti, (2018) menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan kajian di atas, maka hipotesis yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

**H<sub>2</sub>** : Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.1.1 Populasi**

Menurut Sugiyono, (2016) populasi adalah sekumpulan objek atau subjek yang mempunyai sifat atau karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Periode penelitian ini diambil dari tahun 2020-2022. Daftar populasi dapat dilihat pada lampiran 1.

##### **3.1.2 Sampel penelitian**

Sampel adalah sebagian kecil dari jumlah dan karakteristik yang dipilih dari suatu populasi (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, metode *purposive sampling* digunakan untuk pemilihan sampel yaitu pengumpulan sampel yang telah ditentukan sebelumnya berdasarkan maksud dan tujuan penelitian atau dipilih berdasarkan kriteria-kriteria. Kriteria dalam penentuan sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2020-2022.
2. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan lengkap pada tahun 2020-2022.
3. Perusahaan tersebut menyediakan informasi mengenai pelaksanaan CSR di dalam laporan tahunannya pada tahun 2020-2022.

**Tabel 3. 1**  
**Kriteria Sampel Penelitian**

<b>Keterangan Kriteria</b>	<b>Jumlah</b>
Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022	84
Perusahaan Manufaktur yang tidak menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan lengkap pada tahun 2020-2022	(27)
Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang tidak menyediakan informasi mengenai pelaksanaan CSR dalam laporan tahunannya pada tahun 2020-2022	(17)
Jumlah Sampel	40
Periode Pengamatan 2020-2022	3
Jumlah data	120

**Sumber** : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan kriteria di atas, sebanyak 40 perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2022 yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel. Banyaknya amatan yang dilakukan dalam penelitian ini sebanyak 120 (40 x 3).

## **3.2 Data dan Teknik Pengumpulan Data**

### **3.2.1 Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif berdasarkan pada data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber utama (perusahaan) akan tetapi melalui media perantara Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dijadikan objek penelitian. Jenis data yang digunakan

adalah laporan keuangan masing-masing perusahaan yang dijadikan sampel penelitian dan informasi yang berkaitan dengan variabel penelitian seperti ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris.

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) periode tahun 2020-2022.

### **3.2.2 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik dokumentasi dan menggunakan studi pustaka. Teknik dokumentasi merupakan teknik yang digunakan untuk memperoleh data melalui catatan, arsip-arsip, laporan tahunan dan lain-lain. Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data-data yang berkaitan erat dengan variabel-variabel yang terdapat di dalam penelitian ini.

## **3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

### **3.3.1 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial adalah data atau informasi yang diungkapkan perusahaan yang berhubungan dengan aktivitas-aktivitas sosialnya. Pengukuran variabel dilakukan dengan mengamati ada atau tidaknya suatu item informasi yang ditentukan dalam laporan tahunan. Item-item tersebut berkaitan dengan aktivitas sosial yang meliputi aspek lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan angka indeks *Corporate Social Responsibility Index* (CSRDI) berdasarkan *Global Reporting Initiatives* (GRI-G4) yang terdiri dari 91 indikator. Ukuran variabel dilakukan dengan melihat ada tidaknya suatu informasi tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Jika tidak

ada item informasi dalam laporan tahunan maka akan diberi skor 0, dan jika ada item informasi yang diungkapkan maka akan diberi skor 1.

$$\text{CSRDI} = \frac{\text{Jumlah Item Yang Diungkapkan}}{\text{Jumlah Item Maksimal}}$$

### **3.3.2 Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan suatu rasio yang menunjukkan seberapa besar atau kecil suatu perusahaan (Kristina & Wati, 2019). Semakin banyak aset tentunya modal yang diinvestasikan akan semakin banyak pula, semakin banyak penjualan maka semakin banyak jumlah uang yang beredar dan semakin banyak kapitalisasi yang dimiliki maka semakin besar pula kesempatan untuk dikenal masyarakat (Fahmi, 2019). Ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Log Natural (Total Aktiva)}$$

### **3.3.3 Ukuran Dewan Komisaris**

Ukuran dewan komisaris yang dimaksud mengacu kepada jumlah anggota dewan komisaris dalam perusahaan yang terlibat dalam pengamatan dan memberikan nasihat kepada direktur dan direksi. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka pelaksanaan dalam pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Dewan komisaris dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Dewan Komisaris} = \sum \text{Anggota Dewan Komisaris}$$

## **3.4 Teknik Analisis Data**

### **3.4.1 Statistik Deskriptif**

Menurut Sugiyono, (2014) Statistik deskriptif adalah metode statistik yang menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menyajikan data yang dikumpulkan dan diperoleh tanpa bermaksud menarik kesimpulan atau generalisasi secara luas. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan



dan menjelaskan variabel independen ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan variabel dependen tanggung jawab sosial perusahaan dimana jumlahnya dapat dilihat dari data yang telah diolah, nilai maksimum, nilai minimum, angka rata-rata (*mean*) dan nilai simpangan baku statistik deskriptif yang dapat dianalisis setelah mengumpulkan dan mengolah data-data pada laporan keuangan atau laporan tahunan.

### **3.4.2 Uji Asumsi Klasik**

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu melakukan pengujian hipotesis klasik. Hal ini dikarenakan data yang dipergunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder. Oleh karena itu, untuk mengetahui keakuratan model, perlu dilakukan pengujian beberapa asumsi klasik yang mendasari model regresi. Asumsi klasik merupakan asumsi dasar yang perlu dipenuhi dalam suatu model regresi. Penyimpangan asumsi klasik yang dipergunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan uji autokolerasi.

#### **3.4.2.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi berdistribusi normal. Apabila data berdistribusi normal atau mendekati maka dapat disebut sebagai model regresi yang baik. Untuk menentukan apakah data terdistribusi normal, peneliti menggunakan uji statistik. Alat analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Uji non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (Uji K-S) dengan bantuan program statistik. Dasar pengambilan keputusan Uji *Kolmogorov-Smirnov* yaitu apabila nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka distribusi data dikatakan tidak normal. Sebaliknya apabila probabilitas lebih besar dari 0,05 maka distribusi dikatakan normal.

#### **3.4.2.2 Uji Multikolinearitas**

Multikolinearitas mengacu pada bagaimana variabel independen atau prediktor berhubungan satu sama lain (Liani & Yusrizal, 2019). Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel independen dengan variabel lainnya. Model regresi yang baik adalah model yang tidak ada hubungan antar variabel independennya (Ghozali, 2016).

Uji multikolinearitas dalam model regresi dapat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* VIF dari output regresi. Apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi. Jika hasil pengujian menunjukkan nilai VIF lebih dari 10, maka model regresi dikatakan memiliki masalah multikolinearitas.

### **3.4.2.3 Uji heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan suatu variabel antara residu observasi yang satu dengan residu observasi yang lain dalam model regresi. Situasi heteroskedastisitas membuat interpretasi koefisien regresi menjadi tidak efisien. Model regresi yang baik adalah jika varians dari residual satu observasi terhadap observasi lainnya konstan atau homokedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan scatterplot. Pola scatterplot yang tidak membentuk garis atau gelombang menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Apabila ada titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y serta tidak membentuk pola maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### **3.4.2.4 Uji Autokorelasi**

Tujuan dari uji autokorelasi adalah untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode saat ini ( $t$ ) dengan kesalahan pengganggu sebelumnya ( $t-1$ ) dalam model regresi linear. Jika terdapat korelasi maka terdapat masalah autokorelasi. Auto korelasi muncul akibat observasi yang dilakukan dalam kurun waktu tertentu yang berkaitan satu sama lain. Pengujian

autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW). Pengambilan keputusan pada uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai Durbin-Watson (DW) terletak antara batas atas (DU) dan  $4-DU$ , maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
2. Apabila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah (DL), maka koefisien autokorelasi lebih besar dari nol, berarti ada autokorelasi positif.
3. Apabila nilai DW lebih besar daripada  $(4-DL)$ , maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari nol, berarti ada autokorelasi negatif.
4. Apabila nilai DW terletak diantara batas atas (DU) dan batas bawah (DL) atau DW terletak antara  $(4-DU)$  dan  $(4-DL)$ , maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

### 3.4.3 Analisis Regresi

Analisis ini digunakan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Analisis regresi dipergunakan untuk meramalkan seberapa jauh pengaruh ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Model regresi linier berganda merupakan model regresi yang memiliki lebih dari satu variabel independen. Model regresi linier berganda dapat dikatakan baik apabila model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan terbebas dari asumsi klasik seperti multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan auto korelasi. Model regresi linier berganda yang dipergunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{CSR}D = a + b_1 \text{UP} + b_2 \text{UDK} + e$$

Keterangan:

CSR D : *Corporate Social Responsibility Disclosure*

a : Konstanta

$b_1, b_2$  : Koefisien Regresi

UP : Ukuran Perusahaan

UDK : Ukuran Dewan Komisaris

e : *Error Term*

### **3.5 Pengujian Hipotesis**

#### **3.5.1 Uji T**

Uji T digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen yang dimasukkan dalam model pada penelitian secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji T dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima

#### **3.5.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinansi pada umumnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinansi berarti antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel independen menyediakan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Oleh karena itu, semakin besar nilai  $R^2$ , atau semakin dekat nilai koefisien  $R^2$  ke 1 (satu), maka regresinya semakin baik. Artinya, variabel independen (X) secara keseluruhan dapat menjelaskan variasi perubahan variabel dependen, sedangkan jika angka  $R^2$  kecil maka kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Y) sangat terbatas.

