

**ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS,
SIZE, LEVERAGE, SALES, DAN CORPORATE
GOVERNANCE TERHADAP CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE**

**(Studi Pada Perusahaan Peserta Corporate
Governance Perception Index Award Periode 2011-
2015)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

ANDREAS DEVI PRATAMA

NIM. 12030112120036

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2016**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Andreas Devi Pratama

Nomor Induk Mahasiswa : 12030112120036

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS,
SIZE, LEVERAGE, SALES, DAN
CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
DISCLOSURE (Studi Pada Perusahaan Peserta
Corporate Governance Perception Index Award
Periode 2011-2015)**

Dosen Pembimbing : Drs. Sudarno, M.Si., Akt., Ph.D.

Semarang, 12 Oktober 2016

Dosen Pembimbing,

Drs. Sudarno, M.Si., Akt., Ph.D.

NIP. 19650520 199001 1001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Andreas Devi Pratama

No. Induk Mahasiswa : 12030112120036

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Akuntansi

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS, SIZE, LEVERAGE, SALES, DAN CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE (Studi Pada Perusahaan Peserta Corporate Governance Perception Index Award Periode 2011-2015)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 8 November 2016

Tim Penguji

1. Drs. Sudarno, M.Si., Akt., Ph.D. (.....)
2. Dr. Zulaikha.,MSi.Ak (.....)
3. Drs. AbdDul Muid.,MSi.Ak (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Andreas Devi Pratama, menyatakan bahwa skripsi dengan judul Analisis Pengaruh Profitabilitas, Size, Leverage, Sales, Dan Corporate Governance Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Pada Perusahaan Peserta Corporate Governance Perception Index Award Periode 2011-2015), adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 9 Oktober 2016

Yang membuat pernyataan,

(Andreas Devi Pratama)

NIM. 12030112120036

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“No one lights a lamp and puts it in a place where it will be hidden, or under a bowl. Instead he puts it on its stand. So those who come in may see the light “(Luke 11:33)

**“Thousands of candles can be lit from a single candle, and the life of candle will not be shortened. Happiness never decreases by being shared”
(Buddha)**

“People often say that motivation doesn` t last. Well neither does bathing- that`s why we recommend it daily“ (Zig Ziglar)

“Well done is better than well said“ (Benjamin Franklin)

“My heroes are the ones who survived doing it wrong, who made mistakes but recovered from them” (Bono)

“The highest result of education is tolerance” (Helen Keller)

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

Orang tua serta saudara tersayang, dosen yang senantiasa mengajarku, serta semua sahabat dan teman-teman seperjuanganku baik dalam suka maupun duka. Semua hal yang terbaik saya persembahkan pada kalian.

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility nowadays become an important factor which determine company's sustainability. There are several factors that can affect social responsibility, one of them is the firm's characteristic. This study aims to analyze the effect of firm's characteristic on the disclosure of corporate social responsibility. Corporate social responsibility disclosure is the dependent variable in this research as measured by sustainability reporting guidelines issued by Global Reporting Initiative. It contains 79 indicators about the measurement of corporate social responsibility. The independent variables are profitability, size, leverage, sales, and corporate governance.

The samples in this research are participant companies in Corporate Governance Perception Index Award in the year 2011 to 2015. The samples are selected by using purposive sampling method and 69 companies are chosen. The data analysis was conducted with the classical assumption test and hypothesis testing multiple regression analysis. It was performed with the classical hypothesis testing assumption test and linear regression method.

The results of the analysis showed that the variables profitability and leverage have significant positive effect on the Corporate Social Responsibility Disclosure. While the size, sales, and corporate governance do not have significant effect on the Corporate Social Responsibility Disclosure.

Keywords: Corporate Social Responsibility Disclosure(CSRD), Profitability, Leverage. Size, Sales, and Corporate Governance(CG)

ABSTRAK

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* saat ini menjadi sesuatu yang penting dan menentukan keberlangsungan perusahaan. Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi tanggung jawab sosial salah satunya adalah karakteristik perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). *Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah variabel dependen dalam penelitian ini yang diukur dengan menggunakan *sustainability reporting guidelines* yang dikeluarkan *Global Reporting Initiative*. Didalamnya terdapat 79 indikator pengukuran *corporate social responsibility*. Variabel independen yang diteliti antara lain *profitability*, *size*, *leverage*, *sales*, dan *corporate governance*.

Sampel penelitian ini adalah perusahaan peserta *Corporate Governance Perception Index Award* pada tahun 2011 – 2015. Sampel dipilih menggunakan metode purposive sampling dan diperoleh 69 perusahaan yang menjadi sampel. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan metode regresi linear berganda.

Hasil dari analisis menunjukkan bahwa *profitability* dan *leverage* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Sedangkan *size*, *sales*, dan *corporate governance* memiliki hubungan tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility Disclosure(CSRD)*, *Profitability*, *Leverage*, *Size*, *Sales*, dan *Corporate Governance(CG)*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur senantiasa penulis kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia serta berkat yang Ia berikan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS, SIZE, LEVERAGE, SALES, DAN CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE(CSRD) (Studi Pada Perusahaan Peserta Corporate Governance Perception Index Award Periode 2011-2015).”** Penulisan skripsi ini dilakukan dengan tujuan memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan selama penulisan skripsi ini oleh berbagai pihak terkait:

1. Tuhan Yesus yang selalu memberikan rahmat dan kekuatan pada penulis sehingga penulis dapat membuat dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Keluarga saya khususnya Papa, Mama, dan adik tercinta yang sabar dan senantiasa mendoakan serta telah memberikan dorongan baik moril maupun materiil.

3. Bapak Drs. Sudarno, M.Si., Akt., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa dan sabar memberikan arahan, motivasi, dan bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan kesempatan penulis menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNDIP Semarang.
5. Bapak Fuad, S.E.T, M.Si., Akt., Ph.D. selaku Kepala Jurusan Akuntansi yang telah membantu kelancaran penulisan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNDIP yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Sahabat-sahabat penulis Putra, Roy, dan Dito C yang selalu mendukung dan memberi semangat pada saya.
8. Teman kuliah dan seperjuangan penulis Ganang dan Eliezer yang selalu memberikan semangat serta penyegaran dalam dunia perkuliahan penulis.
9. Teman-teman di Sal9Tech yang selalu menjadi pedoman dan semangat bagi penulis agar dapat menyelesaikan skripsi dengan cepat.
10. Teman-teman KKN Tim 2 Desa Gunungsari, Bansari, Temanggung. Anggoro, Bella, Arum, Widya, Ulya, dan Tika. Terima kasih untuk kebersamaan serta dukungannya meskipun dengan waktu yang singkat.
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan, terima kasih atas segalanya.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun orang lain yang membacanya. Amin.

Semarang, 9 Oktober 2016

Penulis,

Andreas Devi Pratama

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	7
1.4 Sitematika Penulisan.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Teori Stakeholder.....	10
2.1.2 Teori Legitimasi.....	14
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility(CSR)</i>	16
2.1.4 Karakteristik Perusahaan.....	22
2.1.4.1 Ukuran Perusahaan(<i>Size</i>)	22
2.1.4.2 Profitabilitas	23
2.1.4.3 <i>Leverage</i>	24
2.1.4.4 <i>Sales</i>	24
2.1.4.5 <i>Corporate Governance</i>	25
2.1.4.6 <i>Corporate Governance Perception Index</i>	28
2.2 Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran	33
2.3 Perumusan Hipotesis.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	43
3.1.1 Variabel Deependen.....	43
3.1.2 Variabel Independen	44
3.2 Populasi dan Sampel	48
3.3 Jenis dan Sumber Data	49
3.4 Metode Pengumpulan Data	49
3.5 Metode Analisis Data.....	49

3.5.1	Statistik Deskriptif	49
3.5.2	Pengujian Asumsi Klasik	50
3.5.2.1	Uji Normalitas	50
3.5.2.2	Uji Multikolonieritas	50
3.5.2.3	Uji Autokorelasi	51
3.5.2.4	Uji Heteroskedastisitas	51
3.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda	52
3.5.4	Uji Model	53
3.5.5	Uji Parsial.....	53
BAB IV HASIL DAN ANALISIS		55
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	55
4.1.1	Gambaran Umum Sampel Penelitian	55
4.1.2	Variabel Penelitian	56
4.1.3	Statistik Deskriptif Variabel Peneletian	56
4.2	Analisis Data	59
4.2.1	Pengujian Asumsi Klasik	59
4.2.1.1	Uji Normalitas	59
4.2.1.2	Uji Multikolinearitas	62
4.2.1.3	Uji Autokorelasi	64
4.2.1.4	Uji Heteroskedastisitas	65
4.2.2	Analisis Koefisien Regresi Berganda	67
4.2.3	Uji Hipotesis	69
4.2.3.1	Uji Model	69

4.2.3.2 Koefesien Determinasi (R^2)	70
4.2.3.3 Uji Parsial.....	71
4.3 Interpretasi Hasil	72
Bab V PENUTUP	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	81
5.3 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	35
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	56
Tabel 4.2 Kolomogorov Smirnov	60
Tabel 4.3 Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4.4 Uji Autokorelasi.....	65
Tabel 4.5 Uji Glejser.....	67
Tabel 4.6 Uji Parsial.....	68
Tabel 4.7 Uji Model Regresi.....	69
Tabel 4.8 Koefisien Determinasi (R^2).....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Freeman Stakeholder Model	12
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1 Histogram	61
Gambar 4.2 Scatterplot.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Indikator GRI.....	85
Lampiran 2 Sampel Data	88
Lampiran 3 Data Variabel Penelitian.....	91
Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data.....	93

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya memiliki peran yang di pahami oleh kebanyakan orang yaitu dalam mengejar keuntungan serta kesuksesan ekonomi mereka. Perspektif atas peran perusahaan ini sudah mulai berubah seiring dengan berjalannya waktu serta globalisasi. Perusahaan saat ini selain harus memiliki peran secara ekonomi dengan mengejar keuntungan juga perlu memenuhi tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan (Chauhan, 2014).

Tanggung jawab sosial dari perusahaan muncul dengan menyadari bahwa keputusan bisnis mereka dapat mempengaruhi masyarakat sekitar (Madura, 2009). Masyarakat mulai menaruh perhatian yang besar terhadap masalah sosial dan lingkungan disekitar mereka. Hal ini yang membuat organisasi bisnis memberi perhatian yang lebih pada dampak dari usaha mereka itu.

Perusahaan perlu meminimalisir dampak dari kegiatan usaha mereka sehingga tidak merugikan masyarakat sekitar dan tetap kondusif bagi kegiatan usaha mereka. Perusahaan dituntut agar tidak memiliki peforma ekonomi yang baik saja namun juga peforma lingkungan mereka. Ini dikarenakan banyak sekali bisnis yang memiliki kinerja ekonomi yang baik namun memiliki kinerja sosial dan lingkungan yang buruk (Muttakin dan Khan, 2014). Jika hal tersebut dibiarkan tentu

akan mengganggu usaha mereka nantinya. Ini membuat banyak perusahaan mulai menaruh perhatian pada performa lingkungan dan sosial mereka.

Permasalahan-permasalahan yang sering muncul akibat kegiatan suatu usaha ini diantaranya adalah polusi, sampah, dan kelangkaan sumber daya. Dampak sosial negatif juga akan muncul apabila terdapat ketimpangan sosial yang tinggi antara perusahaan dan masyarakat sekitar perusahaan. Dampak dan masalah yang muncul ini akan bergantung pada kegiatan operasi perusahaan. Apabila perusahaan tidak segera menaruh perhatian pada dampak lingkungan serta sosial dari operasi mereka, hal ini akan memberi efek negatif terhadap kinerja ekonomi mereka juga, yaitu dengan berakhirnya eksistensi dari perusahaan itu (Alfonso dkk, 2012).

Tanggung jawab sosial merupakan suatu komitmen perusahaan dalam melaksanakan kewajiban mereka, akibat dampak operasi dan kegiatan yang dilakukan. Tanggung jawab sosial atau yang lebih dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)* membuat perusahaan dengan sukarela berkontribusi kepada lingkungan dengan mengintegrasikannya ke dalam operasi mereka. Kotler dalam bukunya *Marketing Management (2012)* mendefinisikan CSR sebagai sebuah komitmen dari perusahaan dalam menaikan kesejahteraan masyarakat menggunakan praktik bisnis yang baik serta dengan mengontribusikan sebagian dari sumber daya organisasi.

Bentuk dari kegiatan ini bisa bermacam-macam mulai dari melakukan kegiatan yang meningkatkan kesejahteraan seperti bantuan dan amal, perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa pada anak yang tidak mampu, pemberian dana

atau sumbangan fasilitas bagi warga. *Corporate Social Responsibility* dapat dikatakan sebagai suatu usaha peningkatan kualitas kehidupan manusia serta mengatur proses usaha agar memberi dampak positif bagi komunitas.

Perusahaan harus mampu berpegang pada prinsip, serta harus dapat memenuhi permintaan pada saat ini tanpa harus mengorbankan generasi berikutnya. Ini dimaksudkan tidak hanya kebutuhan saat ini saja yang dapat dipenuhi namun juga dimasa yang akan datang. Perusahaan yang dapat beroperasi secara bertanggung jawab diharapkan dapat menjadi jalur agar kegiatan ekonomi dan sosial dapat bersinergi secara positif yang dapat meningkatkan nilai bagi perusahaan (Alfonso dkk, 2012).

Kesadaran perusahaan tentang pentingnya menjaga lingkungan sudah dikembangkan di Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan dibuatnya Undang-Undang PT No. 40 Pasal 74 Tahun 2007 serta Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012. Dua peraturan tersebut mengatur perusahaan-perusahaan yang melakukan kegiatan yang berkaitan dengan sumber daya alam untuk wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Undang-Undang Perseroan Terbatas pada pasal 1 dijelaskan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang merupakan komitmen perusahaan dalam berperan serta meningkatkan kualitas kehidupan serta lingkungan agar dapat bermanfaat baik bagi perusahaan, komunitas setempat, dan juga masyarakat luas. Dalam pasal 4 UUPT dijelaskan mengenai tanggung jawab sosial lingkungan dilaksanakan oleh direksi berdasar rencana kerja tahunan setelah mendapat

persetujuan dari dewan komisaris. Rencana kerja tahunan berisi rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan dalam pelaksanaan.

Penerapan CSR di Indonesia sebenarnya masih belum sempurna, karena walaupun sudah diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pemerintah namun cara penerapannya masih dianggap kurang jelas bagi para pengusaha di Indonesia. Bentuk ketidakjelasan ini adalah didua peraturan tersebut diatur yang wajib melaksanakan program CSR adalah usaha yang bergerak dibidang sumber daya alam. Ini membuat pertanyaan apakah perusahaan yang tidak bergerak dalam bidang sumber daya alam tidak masalah bila tidak melaksanakannya. Terlebih saat ini banyak perusahaan yang memiliki lebih dari satu unit bisnis yang akhirnya menimbulkan celah yang dapat dimanfaatkan perusahaan.

Corporate Social Responsibility adalah sesuatu yang tidak terelakan bagi perusahaan, khususnya yang memiliki aktifitas dan dampak yang besar bagi lingkungan serta berada dalam sorotan dan tekanan dari masyarakat. Dengan diterapkannya CSR, perusahaan berharap perspektif masyarakat dapat menjadi lebih baik pada perusahaan. Bila perspektif masyarakat menjadi baik diharapkan dapat meningkatkan performa serta nilai perusahaan. Menurut Alfonso dkk (2012) penerapan CSR yang benar bisa menjadi jalur yang baik dalam mempengaruhi kinerja sosial dan ekonomi.

Karakteristik perusahaan berisikan karakteristik-karakteristik yang berifat unik antar perusahaan dan dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Secara umum

karakteristik perusahaan itu diantaranya adalah *size* atau ukuran perusahaan, *profitability*, *leverage*, dan *corporate governance*.

Size atau ukuran perusahaan adalah skala yang dapat dipakai dalam menentukan besar atau kecilnya suatu usaha. *Size* dapat dievaluasi dari *volatility* aktifitas perusahaan (Chauhan, 2014). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menciptakan *profit* yang dapat dipelihara baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek. *Leverage* adalah jumlah utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai aset perusahaan. Sebuah perusahaan dengan jumlah utang lebih besar daripada modal itu berarti memiliki *leverage* yang tinggi dan memiliki risiko yang tinggi pula. (Chauhan, 2014).

CG atau *corporate governance* adalah sebuah tata kelola perusahaan yang baik bagi suatu sistem yang mengatur peran dewan komisaris, direksi, pemegang saham, serta pemangku kepentingan lainnya dalam perusahaan (Agoes dan Ardana, 2011). Kegiatan CG dan CSR memiliki tujuan yang hampir sama yaitu menaikkan nilai perusahaan dengan tidak menghiraukan para stakeholder. Dengan memiliki tujuan yang sama dan sinergis, CG diharapkan mampu memperkuat pengungkapan CSR walau pada hakikatnya pelaporan *corporate governance* dan juga CSR ini akan terpisah serta hubungan keduanya kurang mendapat perhatian. Hal ini dikarenakan *CSR disclosure* itu akan lebih dipengaruhi oleh pilihan, motif, dan nilai dari pihak-pihak yang merumuskan (Muttakin, 2012). Penelitian yang dilakukan Muttakin (2014) menunjukkan pilihan dan pelaksanaan CSR memiliki hubungan yang positif dengan mekanisme *corporate governance*. Ia juga mengatakan bahwa dalam literature CSR menganjurkan kebutuhan untuk

menghilangkan kekawatiran atas ancaman kepada legitimasi organisasi malah menjadi kekuatan yang mendorong *disclosure*

Penelitian ini dilakukan bertujuan mengetahui bagaimanakah hubungan antara karakteristik-karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan masih banyak perusahaan yang berpikir bahwa hubungan antara CSR dan karakteristik perusahaan khususnya profitabilitas perusahaan adalah negatif. Perusahaan berkeyakinan bahwa apabila mereka berpartisipasi dalam melakukan CSR malah justru dapat menurunkan profit dan kinerja perusahaan mereka. Selain itu beberapa perusahaan yang menolak CSR berpendapat bahwa dalam penerapan CSR ini sebenarnya tidak meningkatkan baik dalam lingkup sosial maupun juga peningkatan *long term profitability*.

Dari penjelasan diatas penelitian ini ditujukan untuk mengetahui hubungan antara karakteristik perusahaan dan CSRD. Dengan mengetahui hubungan antara variabel tersebut diharapkan dapat membantu manajemen dalam melakukan pengambilan keputusan yang berhubungan dengan kebijakan CSR perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang diatas diketahui bahwa CSR memiliki peran yang penting baik bagi lingkungan sekitar maupun bagi perusahaan yang menjalankannya. Penelitian yang merupakan replikasi dari penelitian Swati Chauhan pada 2014 dilakukan karena adanya *gap* yang muncul. *Gap* tersebut diantaranya adalah beberapa variabel yang hasilnya tidak konsisten antar penelitian yang dijadikan dasar. *Gap* yang selanjutnya adalah penelitian dari Swati Chauhan

dilakukan di India dengan menggunakan sampel perusahaan India dari tahun 2007 sampai 2012.

Berdasar rumusan masalah tersebut maka perlu dilakukannya penelitian mengenai hubungan antara karakteristik perusahaan dan *corporate social responsibility disclosure* di Indonesia. Pertanyaan dari penelitian ini adalah bagaimanakah pengaruh karakteristik perusahaan yang terdiri dari *profitability, size, leverage, sales, dan corporate governance* terhadap CSRD pada perusahaan peserta *Corporate Governance Perception Index Award* Indonesia periode 2011-2015?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasar rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang ada, tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *size, leverage, sales, profitabilitas, dan corporate governance* terhadap pengungkapan CSR.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberi manfaat pada pihak-pihak berikut:

1.3.2.1. Manajemen

Memberi informasi dan pengetahuan kepada manajemen khususnya pada saat penentuan kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan CSR. Ini dilakukan agar dapat diperoleh keputusan tepat dan efektif yang tetap

menguntungkan bagi perusahaan sehingga dapat menarik keinginan investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

1.3.2.2. Akademisi dan Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam pengembangan teori dan penelitian selanjutnya terutama yang menyangkut masalah tanggung jawab sosial dan karakteristik perusahaan.

1.4. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini akan dibagi menjadi lima bab yang akan menjelaskan secara rinci penelitian ini, antara lain:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini pembaca akan mendapatkan penjelasan mengenai latar belakang masalah yang berisi fenomena-fenomena yang terjadi, fakta, dan data yang ada. Selain itu pembaca juga akan dijelaskan mengenai rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika dan penulisan penelitian ini.

Bab II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini pembaca akan mendapat penjelasan mengenai landasan teori yang dipakai dalam penelitian, konsep, penelitian terdahulu yang akan berhubungan dengan kerangka penelitian, serta hipotesis yang akan diuji.

Bab III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini pembaca akan mendapat penjelasan mengenai variabel yang digunakan, cara dan teknik sampling, cara pengukuran dan juga metode dalam menganalisis data.

Bab IV: HASIL DAN ANALISIS

Pada bab ini pembaca akan mendapat penjelasan mengenai deskripsi mengenai objek penelitian dan variabel penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil penelitian.

Bab V: PENUTUP

Pada bab ini pembaca akan mendapat penjelasan mengenai kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, keterbatasan penelitian, serta saran-saran perbaikan yang diharapkan dapat berguna.