

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY* (CSR) DALAM LAPORAN  
TAHUNAN PERUSAHAAN**  
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa  
Efek Indonesia)



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

**ANGGARA FAHRIZQI**  
**NIM. C2C005227**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2010**

## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Anggara Fahrizqi  
Nomor Induk Mahasiswa : C2C005227  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi  
Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI  
PENGUNGKAPAN *CORPORATE  
SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
DALAM LAPORAN TAHUNAN  
PERUSAHAAN (Studi Empiris pada  
Perusahaan Manufaktur yang  
Terdaftar dalam Bursa Efek  
Indonesia)**  
Dosen Pembimbing : Darsono, SE., MBA., Akt.

Semarang, 5 Oktober 2010

Dosen Pembimbing,



(Darsono, SE., MBA., Akt.)

NIP. 19620813 199001 1001


## PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Anggara Fahrizqi  
Nomor Induk Mahasiswa : C2C005227  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi  
Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
(CSR) DALAM LAPORAN TAHUNAN  
PERUSAHAAN**

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 15 Oktober 2010**

Tim penguji :

1. Darsono, SE., MBA., Akt. (..........)

2. Prof. Dr. Arifin, M.Com., Hons., Akt. (..........)

3. Totok Dewayanto, SE., Msi., Akt. (..........)

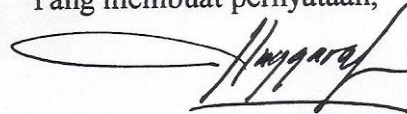
## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Anggara Fahrizqi, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan, 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 orang 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 tersebut diatas, 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, 5 Oktober 2010

Yang membuat pernyataan,



(Anggara Fahrizqi)

NIM : C2C005227

## **ABSTRACT**

*This study is a research conducted on manufacturing companies in Indonesia. The purpose of this study was to determine the factors that affect the disclosure of corporate social responsibility (CSR) in the annual reports of manufacturing companies in Indonesia. CSR is a transparent business practices, which are based on ethical values, by giving attention to the employees, society and environment, and designed to meet the wishes of shareholders and also society in general. On the basis of this, this research is based on the belief (ontology) that CSR is a form of responsibility-oriented businesses in the fulfillment of public expectations concerning the existence of a company's business in the hope of obtaining legitimacy from the public. The main research question in this study is whether the factors influencing CSR disclosure by manufacturers in Indonesia.*

*Data collection method used in this study was content analysis of social disclosures in corporate annual reports. Content analysis was conducted using a check list of items of social disclosure in corporate annual reports. This research was conducted on manufacturing companies in Indonesia that are listed in Indonesia Stock Exchange 2005-2008.*

*The results of this study indicate that factors influencing CSR disclosure in a manufacturing company in Indonesia is very diverse. This study examines how the influence of company size, profitabilitas, leverage, and the size of the board of commissioners of CSR disclosures made by companies. This research indicates that CSR disclosure practices and accounting as a field of coverage is significantly influenced by company size and profitability. Other factors examined in this study, such as leverage and size of the board of commissioners did not affect CSR disclosures made by companies*

*Keywords: corporate social responsibility (CSR), disclosure, stakeholder. Factors that influence the CSR, company size, profitability, leverage, size of the board of commissioners*

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia. CSR merupakan praktik bisnis transparan, yang didasarkan pada nilai-nilai etika, dengan memberikan perhatian pada karyawan, masyarakat dan lingkungan, serta dirancang untuk dapat memenuhi keinginan para pemegang saham dan juga masyarakat secara umum. Atas dasar hal ini, penelitian ini didasarkan pada keyakinan (ontologi) bahwa CSR adalah bentuk tanggung jawab bisnis yang berorientasi pada pemenuhan harapan publik terhadap keberadaan suatu bisnis dengan harapan perusahaan memperoleh legitimasi dari publik. Pertanyaan penelitian utama dalam studi ini adalah faktor-faktor apakah yang mempengaruhi pengungkapan CSR oleh perusahaan manufaktur di Indonesia.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *content analysis* terhadap pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan. *Content analysis* dilakukan dengan metode *check list* terhadap item-item pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Penelitian ini dilakukan terhadap perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia periode 2005-2008.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam perusahaan manufaktur di Indonesia sangat beragam. Penelitian ini meneliti bagaimana pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa praktik dan pengungkapan CSR sebagai bidang cakupan akuntansi dipengaruhi secara signifikan oleh ukuran perusahaan dan profitabilitas perusahaan. Faktor-faktor lain yang diteliti dalam penelitian ini seperti *leverage* dan ukuran dewan komisaris tidak mempengaruhi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan

Kata kunci : tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), pengungkapan, *stakeholder*. Faktor-faktor yang mempengaruhi CSR, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan.

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Pengesahan Skripsi.....	ii
Halaman Pengesahan Kelulusan Ujian.....	iii
Pernyataan Orisinalitas Skripsi .....	iv
<i>Abstract</i> .....	v
Abstraksi.....	vi
Kata Pengantar.....	ix
Daftar tabel.....	xii
Daftar gambar.....	xiii
Daftar lampiran.....	xiv
<b>Bab I    Pendahuluan</b> .....	1
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	8
1.3    Tujuan Penelitian.....	10
1.4    Manfaat Penelitian.....	10
1.5    Sistematika Penulisan.....	11
<b>Bab II   Tinjauan Pustaka</b> .....	13
2.1    Landasan Teori.....	13
2.1.1    Teori <i>Stakeholder</i> .....	13
2.1.2    Teori Agensi.....	15
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	16
2.1.4    Pengungkapan CSR.....	25
2.1.5    Ukuran Perusahaan.....	27
2.1.6    Profitabilitas.....	29
2.1.7 <i>Leverage</i> .....	30
2.1.8    Ukuran Dewan komisaris.....	31
2.2    Penelitian Terdahulu.....	32
2.3    Kerangka Pemikiran.....	36
2.4    Hipotesis.....	37
<b>Bab III  Metode Penelitian</b> .....	41
3.1    Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	41
3.1.1    Pengungkapan CSR (Y).....	41
3.1.2    Ukuran Perusahaan (X1).....	42
3.1.3    Profitabilitas (X2).....	43
3.1.4 <i>Leverage</i> (X3).....	43
3.1.5    Ukuran Dewan Komisaris (X4).....	44
3.2    Populasi dan Sampel.....	44
3.3    Jenis dan Sumber Data.....	45
3.4    Metode Pengumpulan Data.....	45
3.5    Metode Analisis.....	45

3.5.1	Statistik Deskriptif.....	45
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	46
3.5.2.1	Uji Normalitas.....	46
3.5.2.2	Uji Multikolinearitas.....	46
3.5.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	47
3.5.3	Analisis Regresi Berganda.....	47
3.5.4	Uji Hipotesis.....	48
3.5.4.1	Uji t (Uji Parsial).....	48
3.5.4.2	Uji F (Uji Simultan).....	49
3.5.4.2	Koefisien Determinasi.....	50
<b>Bab IV</b>	<b>Hasil dan Pembahasan.....</b>	<b>51</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	51
4.2	Analisis Data.....	52
4.2.1	Analisis Deskriptif Statistik.....	52
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	55
4.2.2.1	Uji Normalitas Data.....	56
4.2.2.2	Uji Heterokedastisitas.....	57
4.2.2.3	Uji Multikolinearitas.....	59
4.2.2.4	Uji Autokorelasi.....	60
4.2.3	Analisis Regresi Berganda.....	60
4.2.4	Uji Hipotesis.....	61
4.2.4.1	Uji Hipotesis Pertama.....	62
4.2.4.2	Uji Hipotesis Kedua.....	62
4.2.4.3	Uji Hipotesis Ketiga.....	62
4.2.4.4	Uji Hipotesis Keempat.....	63
4.2.5	Uji F (Uji Simultan).....	63
4.2.6	Koefisien Determinasi.....	64
4.3	Interpretasi Hasil.....	65
<b>Bab V</b>	<b>Penutup.....</b>	<b>71</b>
5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	73
5.3	Saran.....	73
	Daftar Pustaka.....	74
	Lampiran-Lampiran.....	77



## KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati, penulis panjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM LAPORAN TAHUNAN PERUSAHAAN : Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia”**.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan untuk menyelesaikan studi sarjana S-1 Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang.

Proses pembuatan skripsi ini benar-benar menguras pikiran, tenaga, waktu dan biaya. Ada beberapa kendala selama proses pembuatan skripsi ini. Namun, penulis sangat beruntung karena memiliki keluarga, teman-teman, dan dosen pembimbing yang sangat membantu dan memberikan kontribusi yang tidak ternilai hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan ketulusan hati mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak dan Ibu untuk semua doa, dukungan dan motivasi yang tak pernah putus. Semoga penulis selalu dapat memberikan yang terbaik dan menjadi anak yang berbakti.

2. Adik-adikku, Ina dan Tara atas dukungan dan doanya.
3. Bapak Drs. HM. Chabachib, Msi. Akt selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah mem telah memberikan dedikasinya sehingga Fakultas Ekonomi UNDIP dapat dibanggakan.
4. Bapak Darsono, SE., MBA., Akt. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan dukungan dan motivasi baik moril maupun materiil sehingga penulis selalu merasa bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Prof. Dr. Much. Syafrudin, Msi. Akt selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
6. Bapak Dul Muid., Msi., Akt. selaku Dosen Wali.
7. Seluruh staf pengajar, Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi UNDIP yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
8. Tias, yang selalu meningkatkan agar cepat lulus dan atas bantuan, doa dan dukungannya.
9. Teman-teman Akuntansi angkatan 2005, khususnya "SAITAMA" (Sita, Betria, Tunjung, Icha, Ratna dan Firman), "TABRIS" (Yuswan, Angga, Adi, Widy, Hendra, Mario, Najib, Muslim, Yezsa, Sasongko). Terima kasih atas persahabatan dan kekeluargaannya selama di bangku kuliah, semoga tetap kompak selamanya.
10. Teman-teman KMA FE UNDIP (Angkatan 2004, 2005, 2006 dan 2007) yang telah banyak memberikan dukungan, masukan, dan pengalaman selama berkerja sama di KMA baik dalam kepengurusan maupun dalam kepanitiaan.

11. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Semarang, 5 Oktober 2010

Anggara Fahrizqi

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 4.1	Proses Seleksi Objek Penelitian.....	50
Tabel 4.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	50
Tabel 4.3	Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.4	Uji Heterokedastisitas-Uji Glejser.....	56
Tabel 4.5	Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4.6	Uji Autokorelasi.....	58
Tabel 4.7	Analisis Regresi Berganda.....	59
Tabel 4.8	Uji Simultan (F).....	61
Tabel 4.9	Koefisien Determinasi.....	62
Tabel 4.10	Ringkasan Hasil Penelitian.....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Piramida Corporate Social Responsibility (CSR).....	31
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1	Pengungkapan CSR Perusahaan Sampel Periode 2005-2008.....	53
Gambar 4.2	Uji Normalitas.....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Checklist CSR.....	77
Lampiran B : Data Penelitian .....	80
Lampiran C : Hasil Olah Data Statistik.....	85

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam menjaga eksistensinya, perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Ada hubungan resiprokal (timbang balik) antara perusahaan dengan masyarakat. Perusahaan dan masyarakat adalah pasangan hidup yang saling memberi dan membutuhkan. Kontribusi dan harmonisasi keduanya akan menentukan keberhasilan pembangunan bangsa. Dua aspek penting harus diperhatikan agar tercipta kondisi sinergis antara keduanya sehingga keberadaan perusahaan membawa perubahan ke arah perbaikan dan peningkatan taraf hidup masyarakat.

Dari aspek ekonomi, perusahaan harus berorientasi mendapatkan keuntungan dan dari aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat. Perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab dalam perolehan keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungannya.

Jika masyarakat menganggap perusahaan tidak memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya serta tidak merasakan kontribusi secara langsung bahkan merasakan dampak negatif dari beroperasinya sebuah perusahaan maka kondisi itu akan menimbulkan resistensi masyarakat. Komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan bangsa dengan memperhatikan aspek finansial atau ekonomi, sosial, dan lingkungan (*triple bottom line*) itulah yang menjadi isu

utama dari konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan.

Ide tanggung jawab sosial pada dasarnya adalah bagaimana perusahaan memberi perhatian kepada lingkungannya, terhadap dampak yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan. Menurut Holmes (1976) dalam Moir (2001) menyatakan selain menghasilkan keuntungan, perusahaan harus membantu memecahkan masalah-masalah sosial terkait atau tidak perusahaan ikut menciptakan masalah tersebut bahkan jika disana tidak mungkin ada potensi keuntungan jangka pendek atau jangka panjang.

Menurut WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*) dalam Moir (2001) mendefinisikan CSR sebagai :

*“...CSR is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.”*

Dari definisi tersebut disimpulkan bahwa perusahaan harus dapat berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi, beriringan dengan meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat luas. Hal ini bisa dilakukan dengan cara mengerti aspirasi dan kebutuhan *stakeholder* dan kemudian berkomunikasi dan berinteraksi dengan para *stakeholder*.

Konsep CSR pada umumnya menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholder* yang terkait dan/atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Perusahaan yang menjalankan aktivitas CSR akan memperhatikan dampak operasional perusahaan terhadap kondisi sosial dan



lingkungan dan berupaya agar dampaknya positif. Sehingga dengan adanya konsep CSR diharapkan kerusakan lingkungan yang terjadi di dunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air, hingga perubahan iklim dapat dikurangi.

Berbagai dampak dari keberadaan perusahaan ditengah-tengah masyarakat telah menyadarkan masyarakat di dunia bahwa sumber daya alam adalah terbatas dan oleh karenanya pembangunan ekonomi harus dilaksanakan secara berkelanjutan, dengan konsekuensi bahwa perusahaan dalam menjalankan usahanya perlu menggunakan sumber daya dengan efisien dan memastikan bahwa sumber daya tersebut tidak habis, sehingga tetap dapat dimanfaatkan oleh generasi di masa datang. Dengan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), maka kegiatan CSR menjadi lebih terarah, paling tidak perusahaan perlu berupaya melaksanakan konsep tersebut.

Kesadaran *stakeholder* akan pentingnya pembangunan berkelanjutan yang dilakukan oleh perusahaan mendorong perusahaan untuk mengungkapkan praktik-praktik atau kegiatan CSR yang dilakukan. Lebih lanjut lagi, menurut Deegan dan Gordon (1996) dalam Jose dan Lee (2006) bahwa tekanan *stakeholder* terhadap perusahaan untuk dapat secara efektif menjalankan kegiatan lingkungannya serta tuntutan agar perusahaan menjadi akuntabel juga menyebabkan meningkatnya perusahaan yang melakukan pengungkapan lingkungan. Selain itu Owen (2005) mengatakan bahwa kasus Enron di Amerika telah menyebabkan perusahaan-perusahaan lebih memberikan perhatian yang besar terhadap pelaporan sustainabilitas dan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Ini menjelaskan isu-isu

yang berkaitan dengan reputasi, manajemen risiko dan keunggulan kompetitif juga menjadi kekuatan yang mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR.

Semakin kuatnya tekanan *stakeholder* dalam hal pengungkapan praktik-praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan menyebabkan perlunya memasukkan unsur sosial dalam pertanggungjawaban perusahaan ke dalam akuntansi. Hal ini mendorong lahirnya suatu konsep yang disebut sebagai *Social Accounting*, *Socio Economic Accounting* ataupun *Social Responsibility Accounting* (Indira dan Dini, 2005). Dengan lahirnya akuntansi sosial, produk akuntansi juga dapat digunakan oleh manajemen sebagai sarana untuk mempertanggungjawabkan kinerja sosial perusahaan dan memberikan informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan bagi *stakeholders*.

Dalam lingkup wilayah Indonesia, standar akuntansi keuangan Indonesia belum mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial, akibatnya yang terjadi di dalam praktik perusahaan hanya dengan sukarela mengungkapkannya. Secara implisit Ikatan Akutansi Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akutansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 (revisi 2004) paragraf 9 menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah sosial sebagai berikut :

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peran penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.”

Lebih jauh lagi, adanya CSR di Indonesia diatur dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat 1 Undang-undang tersebut menyebutkan bahwa "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan". Dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, pasal 15 (b) menyatakan bahwa "setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan".

Pentingnya pengungkapan CSR telah membuat banyak peneliti untuk melakukan penelitian dan diskusi mengenai praktik dan motivasi perusahaan untuk melakukan CSR. Beberapa penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak dilakukan, baik di dalam maupun di luar negeri. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Krapik (1989); Cowen, (1987); Hackston dan Milne (1996); Sembiring (2005) dan Anggraeni (2006) yang meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Diantara faktor-faktor yang menjadi variabel dalam penelitian tersebut adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan kecil. Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel

ini seperti yang disebutkan dalam Hackston dan Milne (1996) antara lain Roberts (1992), Singh dan Ahuja (1983), Davey (1982) dan Ng (1985). Sebaliknya penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain Belkaoui dan Karpik (1989), Adam *et. al.*, (1995, 1998), Hackston dan Milne (1996), Kokubu *et. al.*, (2001), Hasibuan (2001), Sembiring (2005) dan Anggraeni (2006).

Faktor lain yang diduga mempengaruhi pengungkapan CSR adalah profitabilitas. Hubungan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR menurut Bowman dan Haire (1976) dalam Heckston dan Milne (1996) bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya managerial yang sama sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat perusahaan menguntungkan (*profitable*). Penelitian yang dilakukan oleh Bowman dan Haire (1976) serta Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996) mendukung hubungan profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan Hackston dan Milne (1996) dan Belkaoui dan Karpik (1989) melaporkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

*Leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Scott (2000) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage*

tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

Faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah dewan komisaris. Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan CSR. Sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Hal ini sejalan dengan penelitian Hadi dan Arifin (2002) dan Sembiring (2005) yang menunjukkan hasil bahwa proporsi dewan komisaris independen mempengaruhi tingkat pengungkapan sukarela.

Penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Pertentangan hasil penelitian tersebut dapat terjadi karena beberapa alasan seperti: perbedaan periode waktu penelitian, interpretasi peneliti terhadap laporan keuangan perusahaan atas variabel yang digunakan maupun perbedaan metode pengujian yang ditempuh oleh peneliti. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena untuk memverifikasi ulang hasil penelitian terdahulu tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi praktek pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Penelitian ini akan menguji variabel faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Penelitian ini akan menguji pengaruh variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris terhadap

pengaruhnya dalam pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di Indonesia.

## **1.2 Rumusan masalah**

Adanya tuntutan dari para pihak stakeholder akan tanggungjawab sosial berdampak pada pengungkapan perusahaan atas tanggung jawab sosial dalam laporan tahunannya. Beberapa penelitian terdahulu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi praktek pengungkapan sosial menunjukkan hasil yang berbeda-beda.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan kecil. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini seperti yang disebutkan dalam Hackston dan Milne (1996) antara lain Roberts (1992), Singh dan Ahuja (1983), Davey (1982) dan Ng (1985). Sebaliknya penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain Belkaoui dan Karpik (1989), Adam *et. al.*, (1995, 1998), Hackston dan Milne (1996), Kokubu *et. al.*, (2001), Hasibuan (2001), Sembiring (2005) dan Anggraeni (2006). Oleh karena itu pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini adalah, apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?

Profitabilitas terhadap pengungkapan CSR menurut Bowman dan Haire (1976) dalam Heckston dan Milne (1996) bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya managerial yang sama sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat

perusahaan menguntungkan (*profitable*). Penelitian yang dilakukan oleh Bowman dan Haire (1976) serta Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996) mendukung hubungan profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan Hackston dan Milne (1996) dan Belkaoui dan Karpik (1989) melaporkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena itu pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini adalah, apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?

*Leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Scott (2000) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi. Oleh karena itu pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini adalah, apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?

Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen. Dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan CSR. Sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Hal ini sejalan dengan penelitian Hadi dan Arifin (2002) dan Sembiring (2005) yang menunjukkan hasil bahwa

proporsi dewan komisaris independen mempengaruhi tingkat pengungkapan sukarela. Oleh karena itu pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini adalah, apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris terhadap hal-hal tersebut diatas, antara lain :

1. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.
2. Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.
3. Untuk menguji pengaruh leverage terhadap pengungkapan CSR.
4. Untuk menguji pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Memberikan kontribusi pada pengembangan akuntansi keuangan, terutama mengenai bagaimana kinerja keuangan perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan CSR
2. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu akuntansi manajemen, terutama mengenai bagaimana pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan yang kemudian diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.
3. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pada akuntansi keprilakuan, terutama mengenai faktor apa yang mendorong perilaku perusahaan untuk mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan perusahaan.



4. Memberikan kontribusi praktis bagi manajemen perusahaan terutama sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan sehubungan dengan penerapan CSR dalam operasional perusahaan dan penungkapannya dalam laporan perusahaan.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah mengenai sebab meningkatnya permintaan bagi perusahaan untuk melakukan CSR dan pengungkapannya serta membahas motivasi perusahaan melakukan hal tersebut. Dengan latar belakang tersebut dilakukan perumusan masalah penelitian. Selanjutnya dibahas mengenai tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian. Dalam bab ini juga dibahas penelitian terdahulu tentang motivasi perusahaan melakukan dan mengungkapkan CSR. Landasan teori dan penelitian terdahulu selanjutnya digunakan untuk membentuk kerangka teoretis.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, mencakup pemilihan sampel, pengumpulan data dan teknik analisis yang digunakan dalam pengujian hipotesis.

#### BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis terhadap data dan temuan empiris yang diperoleh.

#### BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian dan saran yang nantinya dapat dijadikan acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya, atau sebagai bahan implikasi.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori *Stakeholder***

Pendekatan *stakeholder* muncul pada pertengahan tahun 1980-an. Latar belakang pendekatan *stakeholder* adalah keinginan untuk membangun suatu kerangka kerja yang responsif terhadap masalah yang dihadapi para manajer saat itu yaitu perubahan lingkungan (Freeman dan McVea 2001). Tujuan dari manajemen *stakeholder* adalah untuk merancang metode untuk mengelola berbagai kelompok dan hubungan yang dihasilkan dengan cara yang strategis (Freeman dan McVea, 2001).

Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya* (Gray, *et al.*, 1995). Perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, dan untuk mendapatkan dukungan dari *stakeholder* perusahaan harus memberikan manfaat bagi para *stakeholdernya*.

Definisi *stakeholder* menurut Freeman dan McVea (2001) adalah setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. *Stakeholder* dapat dibagi menjadi dua berdasarkan karakteristiknya yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder (Clarkson,

1995). *Stakeholder* primer adalah seseorang atau kelompok yang tanpanya perusahaan tidak dapat bertahan untuk *going concern*, meliputi : *shareholder* dan investor, karyawan, konsumen dan pemasok, bersama dengan yang didefinisikan sebagai kelompok *stakeholder* publik, yaitu : pemerintah dan komunitas. Kelompok *stakeholder* sekunder didefinisikan sebagai mereka yang mempengaruhi, atau dipengaruhi perusahaan, namun mereka tidak berhubungan dengan transaksi dengan perusahaan dan tidak esensial kelangsungannya.

Dari dua jenis *stakeholder* diatas, *stakeholder* primer adalah *stakeholder* yang paling berpengaruh bagi kelangsungan perusahaan karena mempunyai *power* yang cukup tinggi terhadap ketersediaan sumber daya perusahaan. Oleh karena itu, “ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang memuaskan keinginan *stakeholder*” (Chariri dan Ghazali, 2007). Lebih lanjut lagi teori *stakeholder* umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk *manage* *stakeholdernya* (Gray, *et al.*, 1997).

Teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja (*stakeholder*) perusahaan bertanggungjawab Freeman (2001). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholdernya* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholdernya*, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chariri dan Ghazali, 2007). Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR, dengan

pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Hubungan yang harmonis akan berakibat pada perusahaan dapat mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaannya (*sustainability*).

### **2.1.2 Teori Agensi**

Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer. Jansen dan Meckling (1986) menyatakan hubungan keagenan adalah suatu kontrak di mana satu atau lebih orang (prinsipal) melibatkan orang lain (agen) untuk melakukan beberapa layanan atas nama mereka yang melibatkan mendelegasikan sebagian kewenangan pengambilan keputusan kepada agen.

Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Sehingga terjadi konflik kepentingan antara pemilik dan agen karena kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan prinsipal, sehingga memicu biaya keagenan (*agency cost*). Pemegang saham sebagai prinsipal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedang para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut.

Dalam hubungan agensi tersebut, terdapat 3 faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu biaya pengawasan (*monitoring costs*), biaya kontrak (*contracting costs*), dan visibilitas politis.

Perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dengan tujuan untuk membangun image pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Perusahaan memerlukan biaya dalam rangka untuk memberikan informasi pertanggungjawaban sosial, sehingga laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah. Ketika perusahaan menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah dan visibilitas politis yang tinggi akan cenderung untuk mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosial. Jadi pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial berhubungan positif dengan kinerja sosial, kinerja ekonomi dan visibilitas politis dan berhubungan negatif dengan biaya kontrak dan pengawasan (biaya keagenen), (Belkaoui dan Karpik, 1989 dalam Anggraini, 2006).

Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba bersih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen (salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat). Kemudian, sebagai wujud pertanggungjawaban, manajer sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak prinsipal, dalam hal ini adalah pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

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

Ide tanggung jawab sosial pada dasarnya adalah bagaimana perusahaan memberi perhatian kepada lingkungannya, terhadap dampak yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan. Lebih lanjut lagi menurut Moir (2001) menyatakan “selain menghasilkan keuntungan, perusahaan harus membantu

memecahkan masalah-masalah sosial terkait atau tidak perusahaan ikut menciptakan masalah tersebut bahkan jika disana tidak mungkin ada potensi keuntungan jangka pendek atau jangka panjang.

Salah satu definisi CSR yang terkenal adalah yang diungkapkan oleh Carroll (1991). Carroll (1991) mendefinisikan CSR kedalam 4 bagian yaitu : tanggung jawab ekonomi (*economic responsibilities*), tanggung jawab hukum (*legal responsibilities*), tanggung jawab etis (*ethical responsibilities*), tanggung jawab filantropis (*philanthropic responsibilities*). Carroll menggambarkan keempat bagian CSR itu kedalam sebuah piramid (gambar 2.1). Piramida CSR dimulai dengan tanggung jawab ekonomi sebagai dasar untuk tanggung jawab yang lain. Pada saat yang sama perusahaan diharapkan untuk mematuhi hukum, karena hukum adalah kodifikasi yang dapat diterima masyarakat atas perilaku yang dapat diterima dan yang tidak dapat diterima. Selanjutnya perusahaan harus bertanggung jawab secara etis. Dan yang terakhir, perusahaan diharapkan untuk menjadi warga perusahaan yang baik (*good corporate citizen*).

**GAMBAR 2.1**  
**PIRAMIDA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**  
**(CSR)**



Sumber : Carroll (1991)

*Commission of the European Communities* (2001) mendefinisikan CSR sebagai berikut :

*“A concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis.”*

Dari pengertian diatas konsep CSR adalah perusahaan seharusnya mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para stakeholder secara sukarela.

Sementara menurut WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*) mendefinisikan CSR sebagai

*“...CSR is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of*



*the workforce and their families as well as of the local community and society at large.”*

Ini berarti bahwa perusahaan harus dapat berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi beriringan dengan meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat luas. Ini bisa dilakukan dengan cara mengerti aspirasi dan kebutuhan *stakeholder* dan kemudian berkomunikasi dan berinteraksi dengan para *stakeholder*.

Akibat banyaknya definisi CSR yang sangat beragam, lebih lanjut dalam penelitian Dahlsrud (2006) meneliti komponen yang terdapat dalam definisi-definisi CSR yang telah ada sebelumnya. Dahlsrud menggunakan metode analisis isi serta pengujian atas hasil analisis isi melalui penghitungan frekuensi di dunia maya. Dahlsrud menemukan bahwa berbagai definisi CSR yang diteliti secara konsisten mengandung lima komponen, yaitu : ekonomi, sosial, lingkungan, pemangku kepentingan dan voluntarisme. Jika hasil analisis frekuensi diterapkan, maka urutan paling konsisten dari lima komponen adalah pemangku kepentingan dan sosial (keduanya memiliki rasio 88%), disusul ekonomi (86%), voluntarisme (80%) dan lingkungan (59%)

Konsep CSR pada umumnya menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholders*<sup>1</sup> yang terkait dan/atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan

---

<sup>1</sup> individu atau kelompok yang memiliki kepentingan dalam setiap keputusan atau aktivitas dari suatu organisasi (ISO 26000,2009)

bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*.

Hal tersebut didukung oleh Gray. *et al.*, (1994) dalam Chariri dan Ghozali (2007) yang menyatakan bahwa, “kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya*.”

Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholdernya* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholdernya*, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chariri dan Ghozali, 2007). Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR, dengan pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Hubungan yang harmonis akan berakibat pada perusahaan dapat mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaannya (*sustainability*).

Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Hasibuan (2001) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan (CSR) dapat dibagi menjadi tiga level sebagai berikut :

1. *Basic responsibility* (BR) Pada level pertama, menghubungkan tanggung jawab yang pertama dari suatu perusahaan yang muncul karena

keberadaan perusahaan tersebut seperti; perusahaan harus membayar pajak, memenuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham. Bila tanggung jawab pada level ini tidak dipenuhi akan menimbulkan dampak yang sangat serius.

2. *Organization responsibility* (OR) Pada level kedua ini menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan *stakeholder* seperti pekerja, pemegang saham, dan masyarakat di sekitarnya.
3. *Societal responses* (SR) Pada level ketiga, menunjukkan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan, terlibat dengan apa yang terjadi dalam lingkungannya secara keseluruhan.

Untuk dapat menentukan ruang lingkup dari tanggung jawab sosial, mengidentifikasi isu-isu yang relevan dan menentukan prioritasnya terhadap tanggung jawab sosial, suatu perusahaan harus dapat mengerti elemen dasar yang terdapat dalam tanggung jawab sosial. Didalam ISO 26000<sup>2</sup> dijelaskan tujuh elemen dasar dari praktik CSR yang dapat dilakukan oleh perusahaan, yaitu :

1. Tata kelola perusahaan

Elemen ini mencakup bagaimana perusahaan harus bertindak sebagai elemen dasar dari tanggung jawab sosial (*social responsibility*) dan sebagai sarana untuk meningkatkan kemampuan perusahaan untuk

---

<sup>2</sup> ISO 26000 masih berupa DIS (*Draft Internasional Standard*)

menerapkan perilaku yang bertanggung jawab sosial (*socially responsible behavior*) yang berkaitan dengan elemen dasar lainnya.

2. Hak asasi manusia

Elemen ini mencakup penghormatan terhadap hak asasi manusia. Hak asasi manusia terbagi menjadi dua katagori utama, katagori pertama mengenai hak-hak sipil dan politik (*civil and political rights*) yang mencakup hak untuk hidup dan kebebasan (*right to life and liberty*), kesetaraan di mata hukum (*equality before the law*) dan hak untuk berpendapat (*freedom of expression*). Katagori yang kedua mengenai hak-hak ekonomi, sosial dan budaya (*economic, social and cultural rights*) yang mencakup hak untuk bekerja (*right to work*), hak atas pangan (*right to food*), hak atas kesehatan (*right to health*), hak atas pendidikan (*right to education*) dan hak atas jaminan sosial (*right to social security*).

3. Ketenagakerjaan (*labour practices*)

Elemen ini mencakup seluruh hal yang terdapat didalam prinsip dasar deklarasi ILO 1944 dan hak-hak tenaga kerja dalam deklarasi hak asasi manusia. Sebagai contohnya yaitu pelaksanaan kondisi kerja yang baik, bermartabat, dan kondusif; pengembangan sumberdaya manusia dan lain-lain.

4. Lingkungan

Elemen ini mencakup pencegahan polusi sebagai dampak aktivitas perusahaan, pencegahan global warming, pendayagunaan sumber alam

secara efisien dan efektif, dan penggunaan sistem manajemen lingkungan yang efektif dan berkelanjutan.

5. Praktik operasional yang adil (*fair operational practices*)

Elemen ini mencakup pelaksanaan aktivitas secara etik dan pengungkapan aktivitas perusahaan yang transparan, pelaksanaan aktivitas pemilihan pemasok yang etis dan sehat, penghormatan terhadap hak-hak intelektual dan kepentingan *stakeholder*, serta perlawanan terhadap korupsi.

6. Konsumen (*consumer issues*)

Elemen ini mencakup penyediaan informasi yang akurat dan relevan tentang produk perusahaan kepada pelanggan, penyediaan produk yang aman dan bermanfaat bagi pelanggan.

7. Keterlibatan dan pengembangan masyarakat (*community involvement and development*)

Elemen ini mencakup pengembangan masyarakat, peningkatan kesejahteraan masyarakat, aktivitas sosial kemasyarakatan (*philanthropy*), dan melibatkan masyarakat didalam aktivitas operasional perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat memberikan berbagai manfaat potensial bagi perusahaan. Dalam ISO 26000 disebutkan manfaat CSR bagi perusahaan yaitu :

1. Mendorong lebih banyak informasi dalam pengambilan keputusan berdasarkan peningkatan pemahaman terhadap ekspektasi masyarakat,

peluang jika kita melakukan tanggung jawab sosial (termasuk manajemen risiko hukum yang lebih baik) dan risiko jika tidak bertanggung jawab secara sosial.

2. Meningkatkan praktek pengelolaan risiko dari organisasi.
3. Meningkatkan reputasi organisasi dan menumbuhkan kepercayaan publik yang lebih besar.
4. Meningkatkan daya saing organisasi.
5. Meningkatkan hubungan organisasi dengan para *stakeholder* dan kapasitasnya untuk inovasi, melalui paparan perspektif baru dan kontak dengan para *stakeholder*.
6. Meningkatkan loyalitas dan semangat kerja karyawan, meningkatkan keselamatan dan kesehatan baik karyawan laki-laki maupun perempuan dan berdampak positif pada kemampuan organisasi untuk merekrut, memotivasi dan mempertahankan karyawan.
7. Memperoleh penghematan terkait dengan peningkatan produktivitas dan efisiensi sumber daya, konsumsi air dan energi yang lebih rendah, mengurangi limbah, dan meningkatkan ketersediaan bahan baku.
8. Meningkatkan keandalan dan keadilan transaksi melalui keterlibatan politik yang bertanggung jawab, persaingan yang adil, dan tidak adanya korupsi.
9. Mencegah atau mengurangi potensi konflik dengan konsumen tentang produk atau jasa.

10. Memberikan kontribusi terhadap kelangsungan jangka panjang organisasi dengan mempromosikan keberlanjutan sumber daya alam dan jasa lingkungan.
11. Kontribusi kepada masyarakat dan untuk memperkuat masyarakat umum dan lembaga.

#### **2.1.4 Pengungkapan CSR**

Agar praktik CSR yang dilakukan dapat diketahui oleh para *stakeholdernya*, perusahaan harus melakukan pengungkapan atas praktik CSR-nya. Pengungkapan praktik-praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan menyebabkan perlunya memasukkan unsur sosial dalam pertanggungjawaban perusahaan ke dalam akuntansi. Hal ini mendorong lahirnya suatu konsep yang disebut sebagai *Social Accounting*, *Socio Economic Accounting* atau pun *Social Responsibility Accounting* (Indira dan Dini, 2005).

Pertimbangan aspek sosial ke dalam akuntansi telah dilakukan oleh Trueblood Committee. Trueblood Committee dalam Zeff (1999) menyatakan bahwa tujuan sosial perusahaan tidak kalah penting daripada tujuan ekonomi. Trueblood Committee Report menyatakan

*An objective of financial statements is to report on those activities of the enterprise affecting society which can be determined and described or measured and which are important to the role of the enterprise in its social environment.*

Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah bagian dari tujuan laporan keuangan.

Gray *et al.* (1994) mendefinisikan *Social and environmental accounting* sebagai:

*...the process of communicating the social and environmental effects of organizations' economic actions to particular interest groups within society and to society at large...*

Dari definisi diatas akuntansi pertanggung jawaban sosial merupakan suatu proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan masyarakat secara keseluruhan.

Sampai saat ini masih terdapat perbedaan pendapat mengenai isi dari pengungkapan CSR itu sendiri (Chariri dan Ghozali, 2007). Dalam survei yang dilakukan oleh Ernst dan Ernst,1998 (dalam Chariri dan Ghozali, 2007) menemukan bahwa pengungkapan dikatakan berkaitan dengan isu sosial (dan lingkungan) jika pengungkapan tersebut berisi informasi yang dapat dikatagorikan ke dalam kelompok berikut ini :

1. Lingkungan
2. Energi
3. Praktik bisnis yang wajar (fair)
4. Sumber daya manusia
5. Keterlibatan masyarakat
6. Produk yang dihasilkan
7. Pengungkapan lainnya

Ada berbagai motivasi bagi para manajer untuk sukarela melakukan kegiatan-kegiatan tertentu, seperti memutuskan untuk melaporkan informasi sosial dan lingkungan. Deegan (2002) dalam penelitiannya merangkum beberapa alasan



yang dikemukakan oleh berbagai peneliti untuk melaporkan informasi sosial dan lingkungan sebagai berikut :

1. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang ada dalam Undang-Undang.
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi.
3. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan.
4. Keinginan untuk mematuhi persyaratan peminjaman.
5. Untuk memenuhi harapan masyarakat, mungkin mencerminkan suatu pandangan yang sesuai dengan "komunitas lisensi untuk beroperasi".

#### **2.1.5 Ukuran Perusahaan**

Ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Teori agensi menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar daripada perusahaan kecil (Marwata, 2001). Oleh karena itu perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mengurangi biaya keagenan tersebut.

Perusahaan besar juga akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Hasibuan, 2001). Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui laporan keuangan, maka

perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Penjelasan lain yang juga sering diajukan adalah perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar, sehingga perusahaan perlu dan mampu untuk membiayai penyediaan informasi untuk keperluan internal. Informasi tersebut sekaligus menjadi bahan untuk keperluan pengungkapan informasi kepada pihak eksternal, sehingga tidak perlu ada tambahan biaya yang besar untuk dapat melakukan pengungkapan dengan lebih lengkap.

Sebaliknya, perusahaan dengan sumber daya yang relatif kecil mungkin tidak memiliki informasi siap saji sebagaimana perusahaan besar, sehingga perlu ada tambahan biaya yang relatif besar untuk dapat melakukan pengungkapan selengkap yang dilakukan perusahaan besar. Perusahaan kecil umumnya berada pada situasi persaingan yang ketat dengan perusahaan yang lain. Mengungkapkan terlalu banyak tentang jati dirinya kepada pihak eksternal dapat membahayakan posisinya dalam persaingan sehingga perusahaan kecil cenderung tidak melakukan pengungkapan selengkap perusahaan besar (Singhvi dan Desai,1971; Buzby,1975) dalam Marwata (2001).

Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini seperti yang disebutkan dalam Hackston dan Milne (1996) antara lain Roberts (1992), Sigh dan Ahuja (1983), Davey (1982) dan Ng (1985). Sebaliknya penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain Belkaoui dan Karpik (1989), Adam *et. al.*,

(1995, 1998), Hackston dan Milne (1996), Kokubu *et. al.*, (2001), Hasibuan (2001), Sembiring (2005) dan Anggraeni (2006).

### **2.1.6 Profitabilitas**

Hubungan antara pengungkapan CSR dan profitabilitas perusahaan telah dipostulasikan untuk merefleksikan pandangan bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya managerial yang sama sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat perusahaan menguntungkan (*profitable*) Bowman dan Haire (1976) dalam Heckston dan Milne (1996). Pengungkapan CSR merupakan cerminan suatu pendekatan manajemen dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan *multidimensional* serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, ketrampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk *survive* dalam lingkungan perusahaan masa kini (Cowen *et al.*, 1987 dalam Heckston dan Milne, 1996).

Heinze (1976) dalam Heckston dan Milne, (1996) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Riset penelitian empiris terhadap hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan sosial perusahaan menghasilkan hasil yang sangat beragam. Penelitian Bowman dan Haire (1976) serta Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996) mendukung hubungan profitabilitas dengan pengungkapan tanggung

jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Hackston dan Milne (1996) dan Belkaoui dan Karpik (1989) melaporkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Anggraeni (2006) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan

### **2.1.7 Leverage**

Rasio *leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang.

Scott (2000) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang.

Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) keputusan untuk mengungkapkan CSR akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mengakibatkan pengawasan yang tinggi dilakukan oleh *debtholder* terhadap aktivitas perusahaan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage*

yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*.

#### **2.1.8 Ukuran Dewan Komisaris**

Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan (Mulyadi, 2002). Sebagai wakil dari prinsipal di perusahaan dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial adalah karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam perusahaan.

Dewan komisaris memiliki wewenang untuk mengawasi dan memberikan petunjuk dan arahan pada pengelola perusahaan. Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan CSR. Dengan mengungkapkan informasi sosial perusahaan, image perusahaan akan semakin baik (Gray *et al.*, 1988 dalam Anggraini, 2006). Dewan komisaris tentu menginginkan peningkatan citra perusahaan.

Proporsi dewan komisaris cukup menentukan pengaruhnya terhadap pengungkapan sosial perusahaan. Beasley (2001) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris maka akan semakin mudah mengendalikan *Chief Executive Officer* (CEO) dan *monitoring* yang dilakukan akan semakin efektif. Dengan demikian, semakin besar dewan komisaris maka

akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO untuk mengungkapkan informasi sosial perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Sabeni (2002) dan Sembiring (2005) yang menunjukkan hasil bahwa proporsi dewan komisaris independen mempengaruhi tingkat pengungkapan sukarela.

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Belkaoui dan Karpik (1989) meneliti hubungan antara kinerja sosial (*social performance*), biaya kontrak dan monitor (*contract and monitoring cost*), visibilitas politik (*political visibilities*) dan kinerja ekonomi (*economic performance*) terhadap pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian ini menemukan hubungan yang positif signifikan antara kinerja sosial dan visibilitas politik terhadap pengungkapan sosial perusahaan dan negatif signifikan antara biaya kontrak dan monitor terhadap pengungkapan sosial perusahaan. Penelitian ini tidak berhasil menemukan hubungan antara kinerja ekonomi yang diproksikan dengan profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan sosial perusahaan.

Heckston dan Milne (1996) melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang menentukan pengungkapan sosial dan lingkungan di Selandia Baru. Heckston dan Milne menggunakan metode *content analysis* dengan menggunakan *checklist* sebagai alat untuk menentukan pengungkapan sosial dan lingkungan. Dalam penelitian ini, Heckston dan Milne menemukan bahwa ukuran perusahaan dan tipe industry mempengaruhi perusahaan dalam pengungkapan sosial dan lingkungan di Selandia Baru.

Utomo (1999) telah melakukan penelitian terhadap pola perusahaan-perusahaan yang listing di Bursa Efek Jakarta maupun Bursa Efek Surabaya dalam melakukan pengungkapan sosialnya. Pola tersebut meliputi tema, item, dan lokasi di dalam laporan tahunan, serta tipe pengungkapan sosialnya. Selain itu, juga meneliti perbedaan pola praktek pengungkapan sosial yang berdasarkan tipe industri *high profile* dan *low profile* di Indonesia. Penelitian ini juga dilakukan untuk membuktikan bahwa perusahaan yang bertipe *high profile* lebih luas dalam pengungkapan sosialnya dibanding dengan perusahaan *low profile*. Hasil pengujian membuktikan perusahaan-perusahaan *high profile* melakukan pengungkapan sosial secara signifikan lebih tinggi daripada perusahaan-perusahaan *low profile*.

Suripto (1999) melakukan penelitian mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan. Karakteristik perusahaan dalam penelitian ini diproksikan dengan ukuran perusahaan, leverage, rasio likuiditas, basis kepemilikan perusahaan, pengaruh adanya PAKDES 1987, penerbitan sekuritas serta bank dan non-bank. Penelitian ini menemukan bahwa variabel ukuran perusahaan dan penerbitan sekuritas secara statistik signifikan berpengaruh terhadap luas pengungkapan sukarela, sedangkan lima variabel yang lain ditemukan tidak signifikan.

Marwata (2001) melakukan penelitian mengenai hubungan antara karakteristik perusahaan dan kualitas pengungkapan sukarela. Karakteristik perusahaan dalam penelitian ini diproksikan dengan ukuran perusahaan, rasio *leverage*, basis perusahaan, umur perusahaan, penerbitan sekuritas tahun

berikutnya dan struktur kepemilikan. Penelitian ini menemukan bahwa kualitas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan secara positif dan signifikan berhubungan dengan ukuran perusahaan dan penerbitan sekuritas tahun berikutnya.

Sembiring (2005) melakukan penelitian mengenai hubungan antara karakteristik perusahaan dan pengungkapan CSR di Indonesia. Karakteristik perusahaan dalam penelitian ini terdiri atas ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industry, ukuran dewan komisaris dan *leverage*. Penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan tipe industri mempengaruhi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan di Indonesia.

Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Anggraini (2006). Anggraini melakukan penelitian untuk menguji pengaruh kepemilikan manajemen, *leverage*, ukuran perusahaan, tipe industri dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan di Indonesia. Anggraini menggunakan metode *content analysis* untuk menghitung pengungkapan CSR di Indonesia. Anggraini menemukan bahwa kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh secara signifikan pada pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan di Indonesia.

**TABEL 2.1**  
**RINGKASAN PENELITIAN TERDAHULU**

Peneliti	Variabel Penelitian	Model Analisis	Hasil Penelitian
Belkaoui dan Karpik (1989)	kinerja sosial ( <i>social performance</i> ), biaya kontrak dan monitor ( <i>contract and</i>	Regresi Berganda	Hubungan yang positif signifikan antara kinerja sosial dan visibilitas



	<i>monitoring cost</i> ), visibilitas politik ( <i>political visibilities</i> ) dan kinerja ekonomi ( <i>economic performance</i> )		politik terhadap pengungkapan sosial perusahaan dan negatif signifikan antara biaya kontrak dan monitor terhadap pengungkapan sosial perusahaan. Tidak berhasil menemukan hubungan antara profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan sosial perusahaan.
Heckston dan Milne (1996)	Ukuran perusahaan, tipe industri, profitabilitas perusahaan	Regresi berganda	Ukuran perusahaan, tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan sosial perusahaan sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan sosial perusahaan
Utomo (1999)	tipe industri <i>high profile</i> dan <i>low profile</i>	Regresi berganda	perusahaan-perusahaan <i>high profile</i> melakukan pengungkapan sosial secara signifikan lebih

			tinggi daripada perusahaan-perusahaan <i>low profile</i>
Suripto (1999)	ukuran perusahaan, leverage, rasio likuiditas, basis kepemilikan perusahaan, pengaruh adanya PAKDES 1987, penerbitan sekuritas serta bank dan non-bank	Regresi berganda	variabel ukuran perusahaan dan penerbitan sekuritas secara statistik signifikan, sedangkan lima variabel yang lain ditemukan tidak signifikan.
Marwata (2001)	ukuran perusahaan, rasio <i>leverage</i> , basis perusahaan, umur perusahaan, penerbitan sekuritas tahun berikutnya dan struktur kepemilikan	Regresi berganda	Kualitas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan secara positif dan signifikan berhubungan dengan ukuran perusahaan dan penerbitan sekuritas tahun berikutnya
Devina (2004)	<i>Size</i> , tipe industri, profitabilitas dan basis kepemilikan perusahaan	Regresi berganda	<i>Size</i> perusahaan dan tipe industri memengaruhi pengungkapan sosial dalam laporan tahunan sedangkan profitabilitas dan basis perusahaan tidak

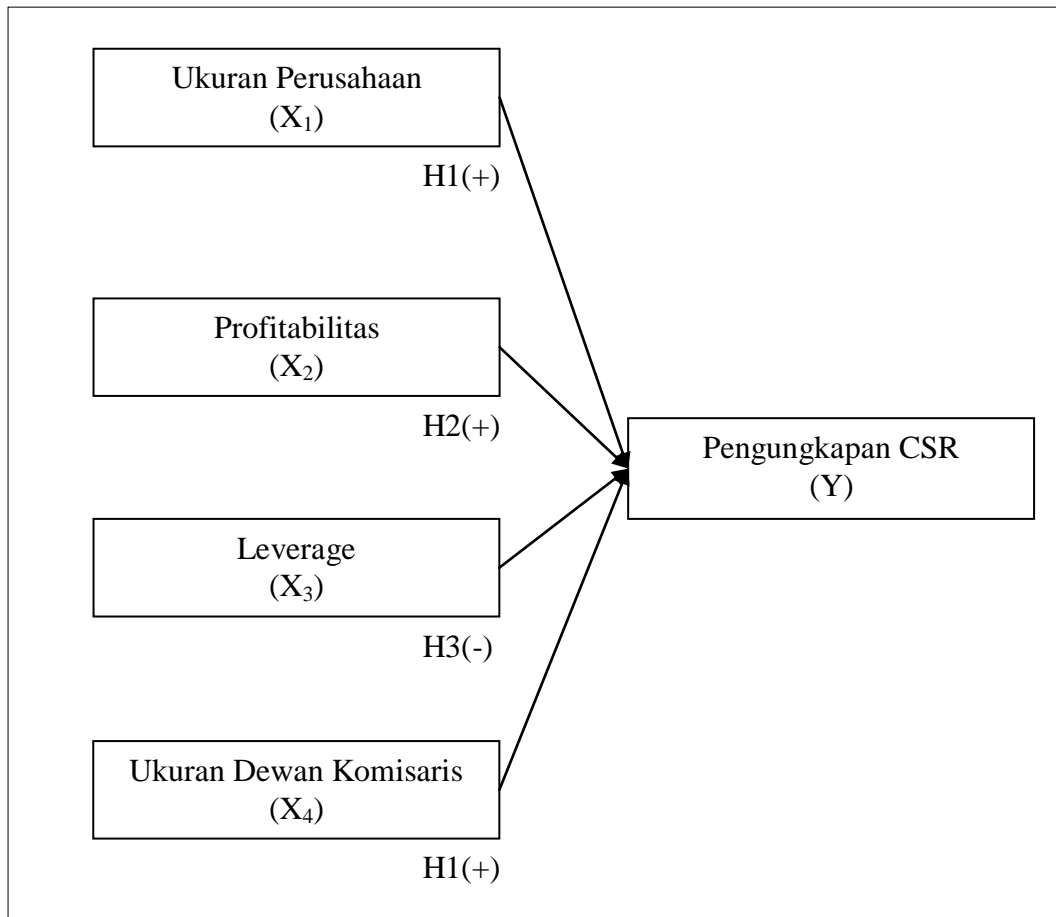
			mempengaruhi pengungkapan sosial dalam laporan tahunan
Sembiring (2005)	ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industry, ukuran dewan komisaris dan <i>leverage</i>	Regresi berganda	Ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan tipe industri mempengaruhi pengungkapan CSR
Anggraini (2006)	kepemilikan manajemen, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, tipe industri dan profitabilitas	Regresi berganda	Kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh secara signifikan pada pengungkapan CSR

Sumber : dibentuk berdasar penelitian-penelitian terdahulu.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan analisis dalam landasan teori dan penelitian terdahulu yang menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris. Maka dibuat model penelitian seperti gambar berikut ini :

**GAMBAR 2.2**  
**KERANGKA PEMIKIRAN**



Sumber : dibangun sebagai dasar pemikiran dalam penelitian ini

## 2.4 Hipotesis

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu seperti yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian ini akan mencoba menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR, dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

### 2.4.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan kecil. Penjelasan lain yang juga sering diajukan adalah perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar sehingga tidak perlu ada tambahan biaya yang besar untuk dapat melakukan pengungkapan dengan lebih lengkap.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pertama yang akan diuji dalam penelitian ini ditulis dalam bentuk alternatif yaitu :

**H<sub>1</sub> : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR**

#### **2.4.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR**

Hubungan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR menurut Bowman dan Haire (1976) dalam Heckston dan Milne (1996) bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya managerial yang sama sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat perusahaan menguntungkan (*profitable*). Pengungkapan CSR merupakan cerminan suatu pendekatan manajemen dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan *multidimensional* serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, ketrampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk *survive* dalam lingkungan perusahaan masa kini (Cowen *et al.*, 1987 dalam Heckston dan Milne, 1996).

Heinze (1976) dalam Heckston dan Milne, (1996) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas

kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis kedua yang akan diuji dalam penelitian ini ditulis dalam bentuk alternatif yaitu :

**H<sub>2</sub> : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR**

### **2.4.3 Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan CSR**

*Leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Scott (2000) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi leverage kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis ketiga yang akan diuji dalam penelitian ini ditulis dalam bentuk alternatif yaitu :

**H<sub>3</sub> : *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR**

#### **2.4.4 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan CSR**

Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas (PT) yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan (Mulyadi, 2002). Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan CSR. Sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis keempat yang akan diuji dalam penelitian ini ditulis dalam bentuk alternatif yaitu :

**H<sub>4</sub> : Ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

Variabel penelitian adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR. Variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris.

##### **3.1.1 Pengungkapan CSR (Y)**

Pengungkapan CSR adalah data yang diungkapkan perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan (Hackston dan Milne, 1996). Sedangkan definisi operasional praktek pengungkapan sosial yang diterapkan dalam penelitian ini adalah banyaknya item-item pengungkapan sosial yang diungkapkan dalam laporan tahunan yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Variabel pengungkapan sosial perusahaan diukur dengan metode *content analysis*. *Content analysis* adalah suatu metode pengkodifikasian teks dari ciri-ciri yang sama untuk ditulis dalam berbagai kelompok (kategori) tergantung pada kriteria yang ditentukan, Guthrie, et al. (2003). Agar *content analysis* dapat dilaksanakan dengan cara yang *replicable* maka dapat dilakukan salah satunya dengan cara *checklist*.

*Checklist* dilakukan dengan melihat pengungkapan sosial perusahaan dalam 7 kategori yang disebutkan oleh Heckston dan Milne (1996), yaitu : lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Ketujuh kategori tersebut terbagi dalam 90



item pengungkapan. Menurut Sembiring (2005), berdasarkan peraturan Bapepam No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan ada 12 item dari 90 item pengungkapan yang tidak sesuai untuk diterapkan dengan kondisi di Indonesia. Selanjutnya dilakukan penyesuaian dengan cara menghapuskan 12 item pengungkapan tersebut, sehingga secara total tersisa 78 item pengungkapan. Item pengungkapan dalam penelitian ini kemudian dinyatakan dalam bentuk indeks pengungkapan sosial. Apabila item pengungkapan tersebut ada dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 1, dan jika item pengungkapan tersebut tidak ada dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 0.

### **3.1.2 Ukuran Perusahaan ( $X_1$ )**

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan. Menurut Heckston dan Milne (1996) dari beberapa penelitian, ukuran perusahaan dapat diukur dengan jumlah karyawan, total nilai aset, volume penjualan, atau peringkat indeks. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat ukuran perusahaan adalah total aktiva. Dalam penelitian ini variabel ukuran perusahaan disajikan dalam bentuk logaritma, karena nilai dan sebarannya yang besar dibandingkan variabel yang lain.

Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus :

$$SIZE = Total Aktiva Perusahaan$$

$$SIZE = \log Total Aktiva Perusahaan \quad (3.1)$$

### 3.1.3 Profitabilitas (X<sub>2</sub>)

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Terdapat beberapa ukuran untuk menentukan profitabilitas perusahaan, yaitu : *return of equity* (Heckston dan Milne, 1996), *return on assets* (Belkaoui dan Karpik, 1989; Heckston dan Milne, 1996), *earning per share* (Sembiring, 2005), *net profit margin* (Anggraeni, 2006). Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat ukuran perusahaan ini adalah *Return on Asset* (ROA). *Return on asset* (ROA) merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus :

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aktiva}} \quad (3.2)$$

### 3.1.4 Leverage (X<sub>3</sub>)

*Leverage* dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan, Sembiring (2005). Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *leverage* adalah *Debt To Equity Ratio* (DER).

Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus :

$$DER = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Equitas Pemegang Saham}} \quad (3.3)$$

### 3.1.5 Ukuran Dewan Komisaris ( $X_4$ )

Ukuran dewan komisaris (UDK) yang dimaksud di sini adalah banyaknya jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan. Ukuran dewan komisaris dalam penelitian ini adalah konsisten dengan Sembiring (2005) yaitu dilihat dari banyaknya jumlah anggota dewan komisaris perusahaan.

Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus :

$$UDK = \sum \text{Dewan Komisaris Perusahaan} \quad (3.4)$$

### 3.2 Populasi dan Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2005 - 2008 yang dimuat dalam *Indonesia Capital Market Directory (ICMD) 2005 - 2008*. Periode 4 tahun dipilih karena merupakan data terbaru yang bisa diperoleh dan diharapkan dengan periode waktu 4 tahun akan diperoleh hasil yang baik dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Perusahaan manufaktur dipilih karena merupakan perusahaan yang relatif lebih banyak memiliki dampak pada lingkungan dibandingkan dengan perusahaan jasa atau dagang dan merupakan jumlah perusahaan dalam satu populasi yang cukup besar.

Sampel dipilih dengan metode purposive sampling, dengan harapan peneliti mendapatkan informasi dari kelompok sasaran spesifik (Sekaran, 2003). Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian sampel adalah:

1. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2005-2008.
2. Perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur.

3. Perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan lengkap termasuk pengungkapan sosial dan tersedia untuk publik.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang berasal dari laporan tahunan perusahaan di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2005 - 2008. Alasan dipilihnya periode waktu tersebut karena laporan tahunan pada periode tahun 2005 - 2008 merupakan data terbaru yang dapat diperoleh di Pusat Referensi Pasar Modal Bursa Efek Indonesia, pojok BEI Universitas Diponegoro dan *Indonesia Capital Market Directory (ICMD)*.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode studi dokumentasi, dengan mendapatkan data berupa laporan tahunan yang telah dikeluarkan oleh perusahaan pada periode tahun 2005 - 2008. Data tersebut diperoleh melalui situs yang dimiliki oleh BEI, yakni [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), pojok BEI Universitas Diponegoro dan *Indonesia Capital Market directory (ICMD)*. Studi pustaka atau literatur melalui buku teks, jurnal ilmiah, artikel dan majalah, serta sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan, juga dijadikan sumber pengumpulan data.

### **3.5 Metode Analisis**

#### **3.5.1 Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif didefinisikan merupakan suatu metode dalam mengorganisasi dan menganalisis data kuantitatif, sehingga diperoleh gambaran yang teratur mengenai suatu kegiatan. Ukuran yang digunakan dalam deskripsi antara lain: frekuensi, tendensi sentral (*mean*, median dan modus), dispersi (standar deviasi dan varian) dan koefisien korelasi antara variabel penelitian. Ukuran yang digunakan dalam statistik deskriptif tergantung pada tipe skala pengukuran *construct* yang digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2005).

#### **3.5.2 Uji Asumsi Klasik**

Model regresi yang baik harus memiliki distribusi data normal atau mendekati normal dan bebas dari asumsi klasik yang terdiri dari uji autokorelasi, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Setelah data berhasil dikumpulkan, sebelum dilakukan analisis terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik, dengan tahapan sebagai berikut :

##### **3.5.2.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam metode regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2005). Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak menggunakan dua cara yaitu melalui analisis grafik dan analisis statistik.

##### **3.5.2.2 Uji Multikolinieritas**

Multikolinearitas terjadi jika ada hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Ghozali, 2007). Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan menganalisis korelasi antar variabel dan perhitungan nilai *tolerance* serta *variance inflation factor (VIF)*. Multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95% . Dan nilai *VIF* lebih besar dari 10, apabila *VIF* kurang dari 10 dapat dikatakan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model adalah dapat dipercaya dan objektif.

### **3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali (2005), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual 1 pengamat ke pengamat yang lain. Jika *variance* dari residual 1 pengamat ke pengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran.

Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat

dilakukan dengan melihat ada tidaknya *pole* tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dengan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*.

### 3.5.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage dan ukuran dewan komisaris. Sedangkan variabel independennya adalah indeks pengungkapan CSR. Adapun persamaan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon_t \quad (3.5)$$

Keterangan :

Y	: Indeks pengungkapan CSR
$\alpha_0$	: Konstanta
$X_1$	: Ukuran perusahaan
$X_2$	: Profitabilitas
$X_3$	: <i>Lverage</i>
$X_4$	: Ukuran dewan komisaris
$\beta_1 \dots \beta_4$	: Koefisien $X_1 \dots X_4$
$\varepsilon_t$	: Error

### **3.5.4 Uji Hipotesis**

Pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut :

#### **3.5.4.1 Uji t (Uji Parsial)**

Menurut Ghozali (2005) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

#### **3.5.4.2 Uji F (Uji Simultan)**

Menurut Ghozali (2005) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara simultan keempat variabel independen



tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara simultan keempat variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

#### **3.5.4.3 Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada di antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2005).

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Perusahaan yang menjadi objek penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2005 sampai 2008. Sektor manufaktur dipilih karena sektor ini memiliki jumlah perusahaan yang *listing* paling banyak dibandingkan dengan sektor usaha lain. Selain itu, sektor ini merupakan sektor yang memiliki cakupan *stakeholder* paling luas yang meliputi investor, kreditor, pemerintah, dan lingkungan sosial sehingga perlu melakukan pengungkapan informasi sosial. Penelitian ini berfokus pada sektor manufaktur dikarenakan untuk menghindari adanya *industrial effect* yaitu risiko industri yang berbeda antara suatu sektor industri yang satu dengan yang lain.

Dalam penelitian ini objek penelitian dipilih dengan metode *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Objek penelitian dipilih bagi perusahaan yang mengeluarkan *annual report* dalam daftar yang terdapat pada *website* BEI. Berdasarkan metode *purposive sampling* diperoleh sampel sebanyak 128 perusahaan manufaktur sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Proses Seleksi objek penelitian**

Tahun Data	2005	2006	2007	2008
Jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	140	142	151	151
Jumlah perusahaan manufaktur yang tidak terdapat annual report	(12)	(97)	(116)	(115)
Data tidak lengkap	(76)	(26)	(25)	(25)
Total objek penelitian	52	26	25	25

Sumber : data yang diolah

## 4.2 Analisis Data

### 4.2.1 Analisis Deskriptif Statistik

Penelitian ini menggunakan tema pengungkapan sosial yang secara keseluruhan terdiri dari 78 item pada 7 tema yang diusung dalam CSR. Sebanyak 4 variabel digunakan sebagai *predictor* dalam penelitian ini. Deskripsi dari masing-masing variable penelitian diperoleh sebagai berikut :

**Tabel 4.2**  
**Deskripsi variabel Penelitian**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	108	,013	,372	,12441	,081467
ROA	108	-,128	,236	,05062	,061109
LEV	108	,10	1,11	,5308	,20381
DK	108	2	10	5,19	2,075
SIZE	108	50328	46985862	4103842,5 9	6829362,020
Valid N (listwise)	108				

Sumber : Data sekunder yang diolah (setelah mengeluarkan *outlier*)

Tabel diatas menggambarkan deskripsi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Minimum adalah nilai terkecil dari suatu rangkaian

pengamatan, maksimum adalah nilai terbesar dari suatu rangkaian pengamatan, *mean* (rata-rata) adalah hasil penjumlahan nilai seluruh data dibagi dengan banyaknya data, sementara standar deviasi adalah akar dari jumlah kuadrat dari selisih nilai data dengan rata-rata dibagi dengan banyaknya data.

Variabel ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset menunjukkan rata-rata sebesar Rp4.103.842,59 juta. Nilai minimum menunjukkan sebesar Rp50.328,00 juta dan nilai maksimum menunjukkan sebesar Rp46.985.862,00 juta. Aset yang semakin besar menunjukkan lebih banyaknya sumber-sumber aset yang dimiliki perusahaan, sehingga dimungkinkan akan menambah sumber-sumber pengungkapan yang dapat diberikan perusahaan. Karena data total aset dari sampel perusahaan memiliki variasi yang sangat besar (standar deviasi yang besar), maka data ukuran perusahaan dan sebagaimana pada penelitian terdahulu, selanjutnya variabel ukuran perusahaan akan disajikan dalam bentuk transformasi logaritma natural dari total aset.

Variabel profitabilitas yang diukur dengan ROA menunjukkan rata-rata sebesar 0,050. Hal ini berarti bahwa perusahaan sampel rata-rata mampu menghasilkan laba bersih hingga 0,050 atau 5% dari total aset yang dimiliki perusahaan. Nilai profitabilitas minimum diperoleh sebesar -0,128 atau terdapat kerugian hingga mencapai 12,8% dari seluruh nilai aset perusahaan, dan profitabilitas maksimum adalah sebesar 0,236. Hal ini berarti perusahaan dapat menghasilkan laba bersih hingga 23,6% dari total aset yang dimiliki perusahaan.

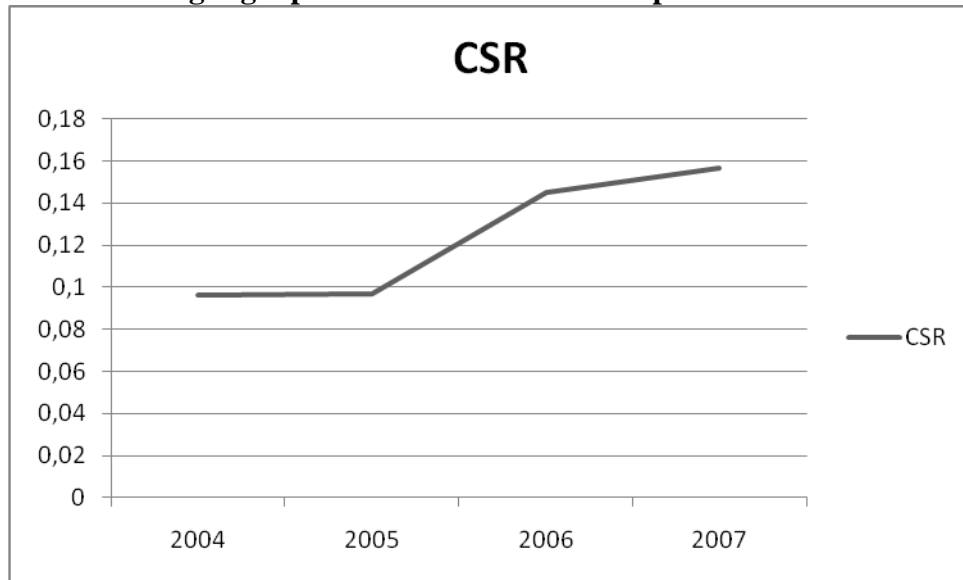
Variabel *leverage* yang diukur dengan DER atau perbandingan antara total hutang dibanding dengan total ekuitas menunjukkan rata-rata sebesar 0,53. Hal

ini berarti bahwa perusahaan sampel rata-rata memiliki hutang sebesar 53% dari seluruh modal sendiri perusahaan. Nilai *Leverage* minimum diperoleh sebesar 0,1 atau terdapat hutang sebesar 10% dari seluruh modal sendiri perusahaan dan *Leverage* terbesar adalah sebesar 1,11 atau terdapat hutang yang lebih besar dari modal sendiri perusahaan.

Jumlah ukuran dewan komisaris dari perusahaan-perusahaan sampel diperoleh rata-rata sebesar 5,19. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata dewan komisaris perusahaan sampel berjumlah 5 orang. Keberadaan dewan komisaris dapat mengontrol manajemen. Jumlah ukuran dewan komisaris terkecil adalah sebanyak 2 orang dan terbesar adalah 10 orang.

Indeks pengungkapan sosial (CSR) yang diukur dengan 78 item pengungkapan diperoleh rata-rata sebesar 0,124 atau 12,4%. Hal ini berarti bahwa dalam satu periode dalam *annual report*, perusahaan telah mengungkapkan sebanyak 12,5% atau sekitar 9 hingga 10 item dalam *annual report* mengenai pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan. Indeks pengungkapan terkecil adalah hanya sebesar 0,013 atau 1,3% dan indeks pengungkapan terbesar adalah sebesar 0,372 atau sebesar 37,2%. Jika dibandingkan untuk besarnya pengungkapan tanggung jawab social untuk setiap tahunnya maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

**Gambar 4.1**  
**Indeks Pengungkapan CSR Perusahaan Sampel tahun 2005 - 2008**



Sumber : Data yang diolah

Berdasarkan hasil data CSR setiap periode, menunjukkan bahwa selama tahun 2005 hingga 2008, ada kecenderungan terjadi peningkatan pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur. Peningkatan yang paling signifikan terjadi antara tahun 2006 – 2007. Hal ini dikarenakan pada tahun 2007 pemerintah mengeluarkan UU PT No. 40 yang mengharuskan perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

#### **4.2.2 Uji Asumsi Klasik**

Agar model regresi yang dipakai dalam penelitian ini secara teoritis menghasilkan nilai parametrik yang sesuai dengan asumsi *Ordinary Least Squares* (OLS), terlebih dahulu data harus memenuhi tiga uji asumsi klasik.

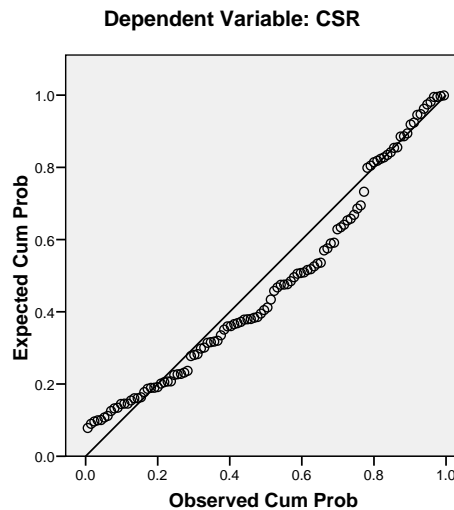
Adapun uji asumsi klasik yang telah dilakukan dan hasilnya adalah sebagai berikut :

#### 4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji normal data ini menggunakan metode analisis grafik dan melihat *normal probability plot*. Hasil scatter plot untuk uji normalitas adalah sebagai berikut :

**Gambar 4.2**  
**Uji Normalitas**

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



**Tabel 4.3**  
**Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,07422853
Most Extreme Differences	Absolute	,121
	Positive	,121
	Negative	-,076
Kolmogorov-Smirnov Z		1,254
Asymp. Sig. (2-tailed)		,086

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data yang diolah (sesudah mengeluarkan *outlier*)

Hasil uji normalitas dengan menggunakan analisis grafik yaitu dengan menggunakan grafik normal plot menunjukkan bahwa grafik memberikan pola distribusi normal yang mendekati normal, sedangkan pada grafik terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal serta penyebarannya ada di sekitar garis diagonal. Nilai uji Kolmogorov – Smirnov juga menunjukkan signifikansi di atas 0,05. Sehingga model regresi sudah memiliki distribusi normal.

#### 4.2.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Glejser.



Uji Heterokedastisitas sebelum mengeluarkan outlier :

**Tabel 4.4a**  
**Uji Heterokedastisitas – Uji Glejser**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	-,269	,094		-2,861	,005
	Ln_SIZE	,012	,004	,350	3,249	,001
	ROA	,032	,054	,060	,605	,546
	LEV	,005	,011	,046	,467	,641
	DK	,001	,003	,027	,252	,802

a Dependent Variable: Abs\_RES1

Sumber : Data yang diolah (sebelum mengeluarkan outlier)

Hasil uji heteroskedastisitas pada model dengan uji Glejser menunjukkan bahwa terdapat heteroskedastisitas. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi variabel Ln\_SIZE yang berada di bawah 0,05. Setelah dilakukan upaya mengeluarkan data outlier diperoleh hasil sebagai berikut :

Uji Heterokedastisitas setelah mengeluarkan outlier :

**Tabel 4.4b**  
**Uji Heterokedastisitas – Uji Glejser**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	-,077	,106		-,725	,470
	ROA	,059	,093	,077	,631	,530
	LEV	,009	,028	,041	,338	,736
	DK	,000	,003	,007	,061	,952
	Ln_SIZE	,004	,004	,130	1,087	,280

a Dependent Variable: abs\_res

Sumber : Data yang diolah (sesudah mengeluarkan outlier)

Hasil uji Glejser setelah mengeluarkan outlier diketahui bahwa tidak ada hubungan antara variabel bebas dengan nilai mutlak residual sehingga menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

#### 4.2.2.3 Uji Multikolinearitas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika terjadi korelasi, maka terdapat multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas adalah dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel bebas. Jika antara variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas (Ghozali, 2007).

Multikolinearitas juga dilihat dari nilai toleran dan *Variance Inflation Factor* atau VIF. Nilai *cut-off* yang umum dipakai adalah nilai toleran 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10 sehingga data yang tidak terkena multikolinearitas nilai toleransinya harus lebih dari 0,10 atau VIF kurang dari 10.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients(a)**

Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-.362	.172		
	LEVERAGE	.012	.045	.628	1.592
	DK	-.001	.004	.672	1.489
	SIZE	.017	.007	.662	1.510
	ROA	.413	.151	.627	1.596

a Dependent Variable: CSR

Sumber : Data yang Diolah

Hasil pengujian *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10 (10%). Hasil perhitungan VIF juga menunjukkan bahwa tidak ada satu variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikorelasi antara variabel dalam model regresi.

#### 4.2.2.4 Pengujian Autokorelasi

Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi kita harus melihat nilai uji D-W. Dari hasil pengujian diperoleh sebagai berikut :

**Tabel 4.6**  
**Hasil uji autokorelasi**

**Model Summary(b)**

Model	Durbin-Watson
1	1,887

a Predictors: (Constant), ROA, SIZE, DK, LEVERAGE  
b Dependent Variable: CSR

D-W	Du	4 – du	Keterangan
1,887	1,78	2,22	Bebas autokorelasi

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai D-W sebesar 1,887. Sedangkan nilai  $d_u$  diperoleh sebesar 1,78. Dengan demikian diperoleh bahwa nilai DW berada diantara nilai  $d_u$  dan  $(4 - d_u)$ . Dengan demikian menunjukkan bahwa model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi.

#### 4.2.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk mendapat koefisien regresi yang akan menentukan apakah hipotesis yang dibuat akan diterima atau ditolak. Atas dasar hasil analisis regresi dengan menggunakan sebesar tingkat signifikansi sebesar 5% diperoleh persamaan sebagai berikut :

**Tabel 4.7**  
**Hasil Analisis Regresi linier berganda**

		Coefficients(a)				
Model		Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-.362	.172		-2.111	.037
	LEVERAGE	.012	.045	.030	.261	.795
	DK	-.001	.004	-.031	-.286	.776
	SIZE	.017	.007	.275	2.491	.014
	ROA	.413	.151	.310	2.734	.007

a Dependent Variable: CSR

Sumber Data yang diolah

Analisis linier berganda digunakan untuk mendapat koefisien regresi yang akan menentukan apakah hipotesis yang dibuat akan diterima atau ditolak. Atas dasar hasil analisis regresi dengan menggunakan sebesar tingkat signifikansi sebesar 5% diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$\text{CSR} = -0,362 + 0,413 \text{ ROA} + 0,017 \text{ SIZE} + 0,12 \text{ LEV} - 0,01 \text{ DK} + e$$

Hasil persamaan menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*. perusahaan memiliki koefisien positif. Hal ini berarti bahwa peningkatan ukuran perusahaan, profitabilitas perusahaan dan tingkat *leverage* perusahaan akan meningkatkan pengungkapan sosial.

#### 4.2.4 Uji Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut :

#### **4.2.4.1 Uji Hipotesis pertama**

H<sub>1</sub> : Ukuran Perusahaan mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah ukuran perusahaan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian menunjukkan nilai t sebesar 2,491 dengan tingkat signifikan sebesar 0,014 berada lebih rendah pada  $\alpha = 0,05$ , sehingga hipotesis pertama berhasil menolak H<sub>0</sub>. Dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan (*size*) mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.

#### **4.2.4.2 Uji Hipotesis Kedua**

H<sub>2</sub> : Profitabilitas mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Pengujian hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah Profitabilitas mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. Hasil penelitian menunjukkan nilai t sebesar 2,734 dengan tingkat signifikan sebesar 0,007 berada lebih rendah dari  $\alpha = 0,01$ , sehingga pada pengujian hipotesis kedua, H<sub>0</sub> berhasil ditolak pada tingkat signifikansi 1%. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.

#### **4.2.4.3 Uji Hipotesis Ketiga**

H<sub>3</sub> : *Leverage* mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Pengujian hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah *Leverage* mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. Hasil penelitian menunjukkan nilai t sebesar 0,261 dengan tingkat signifikan sebesar 0,77 berada lebih tinggi pada  $\alpha = 0,05$ , sehingga pengujian hipotesis ketiga gagal

menolak  $H_0$ . Dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.

#### 4.2.4.4 Uji Hipotesis keempat

$H_4$  : Ukuran dewan komisaris mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Pengujian hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah ukuran dewan komisaris mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. Hasil penelitan menunjukkan nilai t sebesar -0,261 dengan tingkat signifikan sebesar 0,795 berada lebih besar pada  $\alpha = 0,05$ , sehingga hasil pengujian hipotesis keempat ini gagal menolak  $H_0$ . Dapat disimpulkan bahwa ukuran dewan komnisaris tidak mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.

#### 4.2.5 Uji Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis uji simultan digunakan untuk melihat apakah secara keseluruhan variabel bebas mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Dari hasil pengujian dengan nilai F diperoleh sebagai berikut :

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji F**

**ANOVA(b)**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.121	4	.030	5.267	.001(a)
	Residual	.590	103	.006		
	Total	.710	107			

a Predictors: (Constant), ROA, SIZE, DK, LEVERAGE

b Dependent Variable: CSR

Sumber : Data yang diolah

Hasil pengolahan data terlihat bahwa nilai  $F = 5,267$  dengan probabilitas sebesar  $0,001 < 0,01$ . Nilai probabilitas pengujian yang lebih kecil dari  $\alpha = 0,01$  menunjukkan bahwa secara bersama-sama indeks pengungkapan sosial dapat dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris perusahaan.

#### 4.2.6 Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan nilai *adjusted R-Square* dari model regresi digunakan untuk mengetahui besarnya indeks pengungkapan sosial yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya.

**Tabel 4.9**  
**Koefisien Determinasi**

Model Summary(b)					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.412(a)	.170	.138	.075656	1.887

a Predictors: (Constant), ROA, SIZE, DK, LEVERAGE

b Dependent Variable: CSR

Sumber : Data yang diolah

Pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa bahwa koefisien determinasi yang menunjukkan nilai *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,138. Hal ini berarti bahwa 13,8% variasi indeks pengungkapan sosial dapat dijelaskan oleh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris perusahaan, sedangkan 86,2% indeks pengungkapan sosial dapat dijelaskan oleh variabel lain.

Nilai  $R = 0,412$  menunjukkan bahwa koefisien korelasi sebesar 41,2%. Dari nilai ini dapat disimpulkan bahwa hubungan antara ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris dengan pengungkapan CSR yang diukur dengan indeks pengungkapan sosial memiliki posisi yang cukup kuat.

### 4.3 Interpretasi Hasil

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dari teori tersebut kemudian lahir konsep tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Konsep CSR menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholders* yang terkait dan/atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan.

Gambaran tentang pengungkapan sosial perusahaan manufaktur di Indonesia tampak dalam gambar 4.1 mengenai Perubahan Pengungkapan CSR perusahaan manufaktur di Indonesia. Adapun rata-rata perusahaan manufaktur di Indonesia melakukan pengungkapan sosial dalam laporan tahunannya hanya sebesar 0,1053 atau 10,53% pada periode tahun 2005-2008. Hal ini berarti pengungkapan sosial perusahaan manufaktur di Indonesia masih rendah. Tetapi melihat dari gambar 4.1 mengenai Perubahan Pengungkapan CSR perusahaan manufaktur di Indonesia, peningkatan pelaksanaan CSR secara berkelanjutan terjadi dalam periode penelitian. Peningkatan paling nyata terjadi pada tahun 2007, hal ini dikarenakan telah diberlakukannya UU PT No. 40 yang mewajibkan setiap perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang sumber daya alam untuk melakukan CSR. Masih rendahnya pelaksanaan CSR di Indonesia dalam periode penelitian dapat juga diakibatkan oleh terjadinya kenaikan harga BBM dunia pada periode penelitian dan ancaman krisis global pada akhir periode



penelitian, sehingga fokus perusahaan lebih diutamakan dalam kebijakan operasional dan investasi bukan pada kebijakan sosialnya.

Penelitian ini menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris. Penjelasan dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu ukuran yang penting yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu, perusahaan besar merupakan emiten yang paling banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya-biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial.

Hasil pengujian dalam penelitian ini, seperti nampak dalam tabel 4.7 mengenai hasil analisis regresi linier berganda, ukuran perusahaan yang dinyatakan dengan total aktiva yang dimiliki menunjukkan pengaruh yang positif signifikan dengan nilai  $t$  sebesar 2,734 dan tingkat signifikan sebesar 0,014 terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), sehingga hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan. Dapat disimpulkan bahwa semakin besar perusahaan akan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dengan lebih banyak.

Dari hasil pengujian diperoleh bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR artinya bahwa perusahaan besar yang dinilai dengan tingkat aktiva yang besar akan mengungkapkan lebih banyak tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan (CSR).

Hasil dalam penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Karpik (1989), Adam *et. al.*, (1995, 1998), Hackston dan Milne (1996), Kokubu *et. al.*, (2001), Hasibuan (2001), Sembiring (2005) dan Anggraeni (2006) yang berhasil membuktikan pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## 2. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan nilai t sebesar 2,491 dengan tingkat signifikan sebesar 0,007 berada lebih rendah dari  $\alpha = 0,05$ , sehingga dapat diperoleh bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial artinya peningkatan profitabilitas perusahaan akan meningkatkan dan memperluas informasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan yang tercermin dalam pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang sama dengan gaya manajerial yang diperlukan untuk membuat suatu

perusahaan memperoleh keuntungan. Terpenuhinya tanggung jawab agen kepada prinsipal yaitu memperoleh keuntungan, memberikan keleluasan kepada manajemen perusahaan untuk melakukan CSR sebagai strategi menjaga hubungan baik dengan *stakeholder* lainnya.

### 3. Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Rasio *leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Dari hasil pengujian diperoleh nilai t sebesar 0,261 dengan tingkat signifikan sebesar 0,795 berada lebih tinggi pada  $\alpha = 0,05$ , sehingga dapat diketahui bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.

Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan CSR yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Namun hasil penelitian ini tidak mendukung teori agensi yang menyatakan hubungan negatif perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* yang tinggi dengan pengungkapan CSR. Sehingga besar kecilnya rasio *leverage* suatu perusahaan tidak mempengaruhi besarnya pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.

Hubungan yang sudah terjalin baik dengan *debtholders* dan kinerja perusahaan yang baik bisa membuat *debtholders* tidak terlalu memperhatikan rasio *leverage* perusahaan, sehingga menjadikan hubungan *leverage* dengan

pengungkapan CSR menjadi tidak signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Sembiring (2005) dan Anggreini (2006) yang tidak menemukan hasil terdapat hubungan antara tingkat *leverage* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

#### 4. Pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Ukuran dewan komisaris adalah jumlah dewan komisaris yang dimiliki perusahaan. Semakin besar dewan komisaris, semakin banyak pihak yang dapat melakukan pengawasan terhadap manajemen, sehingga banyak pula butir-butir informasi yang mendetail yang dituntut untuk dibuka dalam laporan tahunan. Namun demikian hasil penelitian menunjukkan nilai  $t$  sebesar 0,286 dengan tingkat signifikan sebesar 0,77 berada lebih besar pada  $\alpha = 0,05$  sehingga ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan sosial. Hal ini menjelaskan bahwa besar kecilnya ukuran dewan komisaris tidak memengaruhi pengungkapan CSR.

Ditolaknya hipotesis ini diduga karena dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam perusahaan yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilakukan oleh manajemen. Sebagai wakil dari *shareholder* dewan komisaris akan membuat kebijakan menggunakan laba perusahaan untuk aktivitas operasional perusahaan yang lebih menguntungkan daripada melakukan aktivitas sosial. Alasan lain tidak diterimanya hipotesis ini jika dihubungkan dengan kejadian selama tahun pengamatan yaitu adanya dampak kenaikan harga bahan bakar minyak pada tahun 2005 dan krisis

global pada tahun 2008. Sehingga pengawasan dewan komisaris lebih ditujukan kepada bagaimana direksi perusahaan mengatasi kedua masalah tersebut.

Dari interpretasi hasil yang dilakukan maka diperoleh ringkasan sebagai berikut :

**Tabel 4.10**  
**Ringkasan Hasil Penelitian**

No	Variabel independen	Variabel Independen
		Informasi Pertanggungjawaban Sosial (IPS)
1.	SIZE	√
2.	PROFIT	√
3.	LEV	X
4.	UDK	X

Keterangan:

- √ = variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau hipotesis diterima.
- × = variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau hipotesis ditolak.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk menguji faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris. Untuk menentukan perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial atau tidak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial digunakan Indeks pengungkapan. Dan perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini sebesar 128 perusahaan dalam penelitian selama tahun 2005 – 2008.

Dari hasil analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dengan arah positif.

Hasil penelitian ini menerima hipotesis 1 yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi pengungkapan CSR, dengan demikian perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hasil penelitian ini juga mendukung teori agensi yang menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar daripada perusahaan kecil. Oleh karena itu perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mempengaruhi biaya keagenan tersebut.

2. Secara parsial profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dengan arah positif.

Hasil penelitian ini menerima hipotesis 2 yang menyatakan bahwa profitabilitas mempengaruhi pengungkapan CSR, sehingga perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi cenderung memberikan pengungkapan sosial yang semakin besar. Hal ini mendukung teori yang menyatakan bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya managerial yang sama sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat perusahaan menguntungkan (*profitable*) Bowman dan Haire (1976) dalam Heckston dan Milne (1996).

3. Secara parsial *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini menolak hipotesis 3 yang menyatakan bahwa *leverage* mempengaruhi pengungkapan CSR. Sehingga besar kecilnya rasio *leverage* suatu perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Hal ini diduga sudah terjadi hubungan yang baik antara perusahaan dengan *debtholders*, yang mengakibatkan *debtholders* tidak terlalu memperhatikan rasio *leverage* perusahaan.

4. Secara parsial ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini menolak hipotesis 4 yang menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris mempengaruhi pengungkapan CSR. Sehingga besar kecilnya dewan komisaris perusahaan tidak menentukan luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Sebagai wakil dari shareholder dewan komisaris akan lebih mengutamakan kepentingan shareholder yang diwakilinya yaitu

menggunakan laba perusahaan untuk aktivitas operasional yang lebih menguntungkan daripada melakukan aktivitas sosial yang tinggi.

## **5.2. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yang sekaligus dapat merupakan arah bagi penelitian yang akan datang antara lain :

1. Terdapat unsur subjektivitas dalam menentukan indeks pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan tidak adanya ketentuan baku yang dapat dijadikan acuan sehingga penentuan indeks untuk indikator dalam katagori yang sama dapat berbeda untuk setiap peneliti.
2. Penelitian ini hanya mengidentifikasi 4 faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan karena keterbatasan waktu penelitian.

## **5.3. Saran**

Berdasarkan beberapa keterbatasan penelitian yang telah diungkapkan, maka diberikan saran untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan cara pengungkapan CSR yang berbeda, sehingga bisa terjadi keberagaman penelitian.
2. Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel independen yang terkait dengan pengungkapan CSR, seperti tipe industri, kepemilikan manajemen dan lain-lain. Mengingat 86% dari nilai variabel dependen dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abreu, R., F. David, dan D. Croether. 2005. "CSR in Portugal : Empirical Evidence of Corporate Behaviour". **Corporate Governance**. Vol. 5. No. 5. pp. 3-18
- Anggraini, Retno. 2006. "Pengungkapan Informasi Sosial Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar Bursa Efek Jakarta). **Simposium Nasional Akuntansi 9**. Padang
- Beasley, M. dan S. Salterio. 2001. "The Relationship Between Board Characteristics and Voluntary Improvements in Audit Committee Composition and Experience".  
[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=272590](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=272590) diakses tanggal 5 Mei 2010.
- Belkaoui, A. dan P. G. Karpik. 1989. "Determinants of the Corporate Decision to Disclose Social Information". **Accounting, Auditing and Accountability Journal**. Vol. 2. No. 1. pp. 36-51
- Carroll, A.B. 1991. " The Pyramid of Corporate Social Responsibility : Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders". **Business Horizons**. Edisi Juli-Agustus 1991. pp 39-48
- Cowen, S.S., Ferreri, L.B., dan L.D. Parker. 1987. "The Impact Of Corporate Characteristics On Social Responsibility Disclosure: A Typology And Frequency-Based Analysis". **Accounting, Organisations and Society**. Vol. 12 No. 2, pp. 111-122.
- Dahlsrud, A. 2006. "How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions". [http://csr-norway.no/papers/2007\\_dahlsrud\\_CSR.pdf](http://csr-norway.no/papers/2007_dahlsrud_CSR.pdf). diakses tanggal 20 Januari 2010
- Deegan, C. 2002. " Introduction the Legitimising Efect of Social and Environmental Disclosure – a Theoretical Foundation". **Accounting, Auditing and Accountability Journal**. Vol. 15 No. 3 pp. 282-311.
- Freeman, R.E. dan J. McVea. 2001. "A Stakeholder Approach to Strategic Management".[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=263511](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=263511). SSRN. Diakses tanggal 2 Juni 2010
- Hasibuan, M. R. 2001. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan

Emiten di BEJ dan BES”. **Tesis S2 Magister Akuntansi Undip** (Tidak dipublikasikan)

Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ghozali, I. dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Graafland, J. dan Bert van de Ven. 2006. “Strategic and Moral Motivation for CSR”. **The Journal of Corporate Citizenship**. Vol. 22. pp. 111-123

Gray, R., R. Kouhy, dan S. Lavers. 1995. “Corporate Social and Environmental Reporting. A Review of the Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure”. **Accounting, Auditing and Accountability Journal**. Vol. 8. No. 2. pp. 47-77

Guthrie, et. al. 2004. “Using content analysis as a research method to inquire into intellectual capital reporting”. *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 5. No. 2. Pp 282-293.

IAI. *Pedoman Standar Akuntansi Keuangan (PSAK)*. Rev. 2004. Jakarta: Salemba Empat

Indira, J. dan D. Apriyanti. 2005. “Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan”. **Jurnal Maks**. Vol. 5. No. 2. Hlm. 227-243

ISO. 2009. *Draf Internasional Standar ISO 26000 : Guidance on Social Responsibility*.  
<http://isotc.iso.org/livelink/livelink?func=ll&objId=3935837&objAction=browse&sort=name>. diakses tanggal 5 Februari 2010

Jensen, M.C. dan W.H. Meckling. 1976. “Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure”. **Journal of Financial Economics**. Vol 3. No 4. Pp. 305-360

Jose, A. dan Shang-Mei L. 2006. “Environmental Reporting of Global Corporations : A Content Analysis based on Website Disclosure”. **Journal of Business Ethics**. Vol 72. pp. 307-321

Marwata. 2001. “The Relation of Company Characteristics and The Quality of Voluntary Disclosure in Annual Report of Public Registered Company In Indonesia.” **Simposium Nasional Akuntansi IV**

- Mathews, M.R. 1996. "Twenty-Five Years of Social and Environmental Accounting Research. Is There a Silver Jubilee to Celebrate?". **Accounting, Auditing and Accountability Journal**. Vol. 10 No. 4. pp. 481-531
- Moir, L. 2001. "What Do We Mean By CSR?". **Corporate Governance**. Vol. 1. No.2. pp. 16-22
- Mulyadi. 2002. **Auditing: Jilid 1 Edisi Enam**. Jakarta: Salemba Empat
- Hadi, N. dan A. Sabeni. 2002. "Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Sukarela Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Publik di Bursa Efek Jakarta". **Jurnal Maksi**. Vol. 1. Hlmn. 90-105.
- Patten, D.M. 1992. "Intra-Industry Environmental Disclosures In Response To The Alaskan Oil Spill: A Note On Legitimacy Theory". **Accounting, Organisations and Society**. Vol. 17 No. 5. pp. 471-485.
- Owen, David. 2005. CSR After Enron: "A Role for the Academic Accounting Profession?". Working Paper. **Sosial Science Research Network**
- Roberts, R.W. 1992. "Determinants Of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application Of Stakeholder Theory". **Accounting, Organisations and Society**. Vol. 17 No. 6. pp. 595-612.
- Sayekti, Yosefa, 2007. "Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earning Response, Coefficient". **Simposium Nasional Akuntansi X**. Makasar
- Sembiring, E. R. 2005. "Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta". **Simposium Nasional Akuntansi 8**. Solo
- Utomo, M. 2000. "Praktek Pengungkapan Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia (Studi Perbandingan Antara Perusahaan High Profile dan Low Profile)". **Simposium Nasional Akuntansi IV**. IAI
- WBCSD. "Corporate Social Responsibility : Meeting Changing Expectations". <http://www.wbcd.org/DocRoot/hbdf19Txhmk3kDxBQDWW/CSRmeeting.pdf> diakses tanggal 10 Mei 2010.
- Zeff, S. A. 1999. "The Evolution of The Conceptual Framework for Business Enterprises in The United States". **Accounting Historians Journal**. Vol. 26. No 2. pp. 89-131

## LAMPIRAN A

### CHECKLIST PENGUNGKAPAN CSR

#### **Lingkungan**

1. Pengendalian polusi kegiatan operasi; pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi
2. Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi;
3. Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi;
4. Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi;
5. Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas;
6. Penggunaan material daur ulang;
7. Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan;
8. Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan;
9. Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan
10. Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah
11. Pengolahan limbah
12. Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan;
13. Perlindungan lingkungan hidup.

#### **Energi**

1. Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi;
2. Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi;
3. Mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang;
4. Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi;
5. Pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk;
6. Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk;
7. Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan.

#### **Kesehatan Dan Keselamatan Tenaga kerja**

1. Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja;
2. Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental;

3. Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja;
4. Mentaati peraturan standard kesehatan dan keselamatan kerja
5. Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja;
6. Menetapkan suatu komite keselamatan kerja
7. Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja;
8. Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja

**Lain-lain tentang Tenaga kerja**

1. Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat
2. Mengungkapkan persentase/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat managerial;
3. Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan
4. Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat
5. Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja
6. Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan
7. Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja.
8. Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan
9. Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan;
10. Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi
11. Mengungkapkan persentase gaji untuk pensiun;
12. Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan
13. Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan
14. Mengungkapkan tingkatan managerial yang ada
15. Mengungkapkan disposisi staff - di mana staff ditempatkan
16. Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka;
17. Mengungkapkan statistik tenaga kerja, mis. penjualan per tenaga kerja;
18. Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut.
19. Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja;
20. Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain.
21. Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja;
22. Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan;
23. Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah;
24. Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh
25. Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja
26. Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan.
27. Peningkatan kondisi kerja secara umum;
28. Informasi re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja;

## 29. Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja

### **Produk**

1. Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya,
2. Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk;
3. Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk
4. Pengungkapan bahwa produk memenuhi standard keselamatan;
5. Membuat produk lebih aman untuk konsumen;
6. Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan
7. Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk;
8. Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan
9. Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan
10. Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (Misalnya ISO 9000).

### **Keterlibatan Masyarakat**

1. Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni
2. Tenaga kerja paruh waktu (part-time employment) dari mahasiswa/pelajar
3. Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat;
4. Membantu riset medis;
5. Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni
6. Membiayai program beasiswa
7. Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat
8. Mensponsori kampanye nasional;
9. Mendukung pengembangan industri local

### **Umum**

1. Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat.
2. Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas

**LAMPIRAN B****DATA PENELITIAN**

No	Tahun	ICON	NAMA PERUSAHAAN	CSR	INDEX	ROA	SIZE	LEV	DK	Ln_SIZE
1	2005	AMFG	PT. Asahimas Flat Glass Tbk	13	0,166667	0,013574	1565679	0,23	9	28,08
2	2005	ASGR	PT. Astra Graphia Tbk	16	0,205128	0,06952	518804	0,45	3	26,97
3	2005	ASII	PT. Astra International Tbk	25	0,320513	0,116147	46985862	0,48	10	31,48
4	2005	AUTO	PT. Astra Otoparts Tbk	19	0,24359	0,092135	3028465	0,38	5	28,74
5	2005	DVLA	PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk	11	0,141026	0,12999	550629	0,29	3	27,03
6	2005	FASW	PT. Fajar Surya Wisesa Tbk	15	0,192308	0,002022	2881808	0,63	3	28,69
7	2005	FAST	PT. Fast Food Indonesia Tbk	12	0,153846	0,109263	377905	0,4	6	26,66
8	2005	GJTL	PT. Gajah Tunggal Tbk	7	0,089744	0,046372	7479373	0,73	7	29,64
9	2005	SMCB	PT. Holcim Indonesia Tbk	23	0,294872	0,045613	7324210	0,75	6	29,62
10	2005	INTP	PT. Indocement Tunggal Prakasa Tbk	11	0,141026	0,070203	10536380	0,47	7	29,99
11	2005	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk	4	0,051282	0,138172	4728369	0,39	5	24,17
12	2005	KAEF	PT. Kimia Farma Tbk	17	0,217949	0,046558	1177603	0,28	6	27,79
13	2005	LTLS	PT. Lautan Luas Tbk	13	0,166667	0,032585	1608866	0,65	3	28,11
14	2005	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk	3	0,038462	0,151227	575385	0,44	6	27,08
15	2005	MLPL	PT. Multipolar Tbk	4	0,051282	0,011076	5481883	0,56	6	29,33
16	2005	SMAR	PT. SMART Tbk	7	0,089744	0,066171	4597227	0,58	7	29,16
17	2005	SOBI	PT. Sorini Agro Asia Corporindo	21	0,269231	0,059637	596642	0,38	3	27,11
18	2005	SUGI	PT. Sugi Samapersada Tbk	1	0,012821	-0,17091	49729	0,24	2	24,63
19	2005	TURI	PT. Tunas Ridean Tbk	3	0,038462	0,052412	2723288	0,75	5	28,63
20	2005	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk	5	0,064103	0,374897	3842351	0,43	5	28,98
21	2005	UNTR	PT. United Tractor Tbk	10	0,128205	0,09881	10633839	0,61	7	30
22	2005	ALMI	PT allumindo light metal industry	1	0,012821	0,046361	805745	0,52	5	27,42

23	2005	MYTX	PT APAC citra centertex ( formerly apac inti corpora)	7	0,089744	-0,03955	2399773	0,86	4	28,51
24	2005	ARGO	PT Argo pantes	5	0,064103	-0,12337	1954646	1,11	4	28,3
25	2005	ARNA	PT arwana citramulia	9	0,115385	0,097093	364794	0,52	2	26,62
26	2005	BRPT	PT barito pacific	8	0,102564	0,299893	2290291	0,54	5	28,46
27	2005	BATI	PT BAT indonesia	6	0,076923	0,027988	681787	0,39	4	27,25
28	2005	DSUC	PT daya sakti unggul corporation	8	0,102564	-0,12808	396039	0,93	4	26,7
29	2005	ESTI	PT ever shine textile industry	1	0,012821	-0,0156	589887	0,43	4	27,1
30	2005	GDYR	PT goodyear indonesia	7	0,089744	-0,01458	458737	0,4	4	26,85
31	2005	SRSN	PT indo acidatama (formerly sarasa nugraha)	3	0,038462	0,067322	338344	0,59	9	26,55
32	2005	BRAM	PT indo kordsa (formerly branta mulia)	8	0,102564	0,069907	1709355	0,42	6	28,17
33	2005	INDF	PT indofood sukses makmur	7	0,089744	0,008658	14786084	0,68	10	30,32
34	2005	KARW	PT karwell indonesia	1	0,012821	0,002766	492063	0,92	4	26,92
35	2005	KDSI	PT kedawung setia industrial	1	0,012821	-0,01922	384928	0,79	4	26,68
36	2005	MLIA	PT mulia industrindo	2	0,025641	-0,19265	4115990	1,65	3	29,05
37	2005	MASA	PT multistrada arah sarana	5	0,064103	0,05268	1083291	0,49	4	27,71
38	2005	TKIM	PT pabrik kertas tjiwi kimia	4	0,051282	0,008563	20709412	0,7	9	30,66
39	2005	PBRX	PT Pan brothers tex	4	0,051282	0,026398	390216	0,72	9	26,69
40	2005	ADMG	PT polychem indonesia (formerly GT petrochem industries)	8	0,102564	0,009462	4431915	0,66	5	29,12
41	2005	SCPI	PT schering plough indonesia	10	0,128205	-0,01143	74023	0,99	3	25,03
42	2005	STTP	PT siantar top	1	0,012821	0,022279	477443	0,31	2	26,89
43	2005	SULI	PT sumalindo lestari jaya	3	0,038462	0,01034	1242449	0,82	5	27,85
44	2005	IKBI	PT sumi indo kabel (formerly iki indah kabel indonesia)	5	0,064103	0,043318	548245	0,38	5	27,03
45	2005	SPMA	PT suparma	5	0,064103	0,006172	1320219	0,69	5	27,91
46	2005	SAIP	PT surabaya agung industry	2	0,025641	-0,28336	2121633	2,12	4	28,38



47	2005	TEJA	PT textile manufacturing company jaya (texmaco jaya)	2	0,025641	-0,27339	525499	3,97	3	26,99
48	2005	TFCO	PT TIFICO (teijin indonesia fiber corporation)	7	0,089744	-0,11017	2669042	0,85	2	28,61
49	2005	TRST	PT trias sentosa	1	0,012821	0,007807	2104464	0,54	4	28,38
50	2005	UNIC	PT unggul indah cahaya	9	0,115385	0,018104	2698410	0,52	5	28,62
51	2005	VOKS	PT voksel electric	3	0,038462	0,064763	414293	0,44	6	26,75
52	2006	AKRA	PT. AKR Corporindo Tbk	10	0,128205	0,053877	2377340	0,48	3	28,5
53	2006	AMFG	PT. Asahimas Flat Glass Tbk	9	0,115385	-0,01057	1629669	0,3	9	28,12
54	2006	ASII	PT. Astra International Tbk	29	0,371795	0,06408	57929290	0,54	10	31,69
55	2006	AUTO	PT. Astra Otoparts Tbk	13	0,166667	0,093145	3028160	0,35	5	28,74
56	2006	DVLA	PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk	9	0,115385	0,009436	557338	0,26	3	27,05
57	2006	GJTL	PT. Gajah Tunggal Tbk	7	0,089744	0,016273	7276025	0,71	7	29,62
58	2006	SMCB	PT. Holcim Indonesia Tbk	26	0,333333	0,024901	7065846	0,7	6	29,59
59	2006	INTP	PT. Indocement Tunggal Prakasa Tbk	7	0,089744	0,061761	9598280	0,37	7	29,89
60	2006	INTD	PT. Inter Delta Tbk	2	0,025641	0,017722	28270	2,2	3	24,07
61	2006	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk	8	0,102564	0,1463	4624619	0,23	5	29,16
62	2006	KAEF	PT. Kimia Farma Tbk	19	0,24359	0,034869	1261584	0,31	6	27,86
63	2006	LTLS	PT. Lautan Luas Tbk	12	0,153846	0,016207	1830516	0,67	3	28,24
64	2006	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk	4	0,051282	0,120538	610437	0,48	5	27,14
65	2006	MLPL	PT. Multipolar Tbk	3	0,038462	0,006043	7472595	0,66	6	29,64
66	2006	SMAR	PT. SMART Tbk	10	0,128205	0,118225	5311931	0,51	7	29,3
67	2006	SUGI	PT. Sugi Samapersada Tbk	1	0,012821	0,006835	50328	0,24	2	24,64
68	2006	TURI	PT. Tunas Ridean Tbk	4	0,051282	0,007774	2857247	0,76	5	28,68
69	2006	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk	5	0,064103	0,372156	4626000	0,49	5	29,16
70	2006	UNTR	PT. United Tractor Tbk	11	0,141026	0,082716	11247846	0,59	8	30,05
71	2006	ARNA	PT arwana citramulia	11	0,141026	0,059013	478778	0,6	2	26,89

72	2006	DLTA	PT delta djakarta	6	0,076923	0,075772	571243	0,24	5	27,07
73	2006	DOID	PT delta dunia petroindo (formerly daeyu orchid indonesia)	3	0,038462	0,002706	824357	0,44	2	27,44
74	2006	MERK	PT merck	3	0,038462	0,306114	282699	0,17	3	26,37
75	2006	PTSP	PT pioneerindo Gourmet International	4	0,051282	-0,02443	75759	0,94	4	25,05
76	2006	TRST	PT trias sentosa	2	0,025641	0,01284	2020478	0,52	4	28,33
77	2007	AKRA	PT. AKR Corporindo Tbk	13	0,166667	0,054668	3497591	0,57	3	28,88
78	2007	AMFG	PT. Asahimas Flat Glass Tbk	11	0,141026	0,087018	1759800	0,26	7	28,2
79	2007	ASGR	PT. Astra Graphia Tbk	27	0,346154	0,1154	624557	0,5	3	27,16
80	2007	ASII	PT. Astra International Tbk	39	0,5	0,102634	63519598	0,5	10	31,78
81	2007	AUTO	PT. Astra Otoparts Tbk	18	0,230769	0,131695	3454254	0,32	9	28,87
82	2007	DVLA	PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk	9	0,115385	0,088991	560931	0,18	3	27,05
83	2007	FAST	PT. Fast Food Indonesia Tbk	10	0,128205	0,162889	629491	0,4	6	27,17
84	2007	GJTL	PT. Gajah Tunggal Tbk	5	0,064103	0,010744	8454693	0,72	7	29,77
85	2007	HEXA	PT. Hexindo Adiperkasa Tbk	8	0,102564	0,035786	1383840	0,72	3	27,96
86	2007	SMCB	PT. Holcim Indonesia Tbk	29	0,371795	0,023502	7208250	0,69	7	29,61
87	2007	INTP	PT. Indocement Tunggal Prakasa Tbk	11	0,141026	0,098073	10016028	0,31	7	29,94
88	2007	INTD	PT. Inter Delta Tbk	3	0,038462	0,016717	24287	2,38	3	23,91
89	2007	KAEF	PT. Kimia Farma Tbk	15	0,192308	0,037634	1386739	0,35	6	27,96
90	2007	LTLS	PT. Lautan Luas Tbk	8	0,102564	0,033568	2135084	0,68	5	28,39
91	2007	MTDL	PT. Metrodata Electronis Tbk	7	0,089744	0,024504	1162251	0,7	2	27,78
92	2007	MDRN	PT. Modern International Tbk	8	0,102564	0,001977	910085	0,65	3	27,54
93	2007	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk	11	0,141026	0,135703	621835	0,45	5	27,16
94	2007	MLPL	PT. Multipolar Tbk	4	0,051282	0,006267	9783410	0,65	6	29,91
95	2007	SMAR	PT. SMART Tbk	20	0,25641	0,12265	8063169	0,59	8	29,72

96	2007	SUGI	PT. Sugi Samapersada Tbk	1	0,012821	0,065853	56034	0,25	2	24,75
97	2007	TIRA	PT. Tira Austenite Tbk	11	0,141026	0,010562	238871	0,39	3	26,2
98	2007	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk	5	0,064103	0,367898	5333406	0,49	5	29,31
99	2007	UNTR	PT. United Tractor Tbk	10	0,128205	0,114826	13002619	0,55	5	30,2
100	2007	BRAM	PT indo kordsa (formerly branta mulia)	8	0,102564	0,025178	1554863	0,3	7	28,07
101	2007	INAF	PT indofarma	7	0,089744	0,010976	1009440	0,69	4	27,64
102	2007	INDF	PT indofood sukses makmur	13	0,166667	0,010973	1009438	0,71	10	27,64
103	2007	MYOH	PT Myoh technology	6	0,076923	-0,18862	9511	0,74	4	22,98
104	2008	AKRA	PT. AKR Corporindo Tbk	16	0,205128	0,043085	4874851	0,6	3	29,22
105	2008	AMFG	PT. Asahimas Flat Glass Tbk	12	0,153846	0,114533	1993033	0,25	7	28,32
106	2008	ASII	PT. Astra International Tbk	41	0,525641	0,113835	80740000	0,5	10	32,02
107	2008	AUTO	PT. Astra Otoparts Tbk	16	0,205128	0,14217	3981316	0,3	9	29,01
108	2008	DVLA	PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk	8	0,102564	0,111061	637661	0,2	3	27,18
109	2008	FAST	PT. Fast Food Indonesia Tbk	10	0,128205	0,159626	784759	0,39	6	27,39
110	2008	GJTL	PT. Gajah Tunggal Tbk	8	0,102564	-0,0717	8713559	0,81	7	29,8
111	2008	HEXA	PT. Hexindo Adiperkasa Tbk	14	0,179487	0,13893	1838946	0,67	3	28,24
112	2008	SMCB	PT. Holcim Indonesia Tbk	34	0,435897	0,036771	7674980	0,67	6	29,67
113	2008	INTP	PT. Indocement Tunggal Prakasa Tbk	13	0,166667	0,154651	11286707	0,24	7	30,05
114	2008	INTD	PT. Inter Delta Tbk	4	0,051282	-0,07178	37669	1,96	3	24,35
115	2008	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk	7	0,089744	0,123921	5703822	0,24	6	29,37
116	2008	KAEF	PT. Kimia Farma Tbk	16	0,205128	0,038317	1445670	0,34	5	28
117	2008	LTLS	PT. Lautan Luas Tbk	8	0,102564	0,041732	3494853	0,73	5	28,88
118	2008	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk	3	0,038462	0,126104	910790	0,1	5	27,54
119	2008	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk	13	0,166667	0,236243	941389	0,44	5	27,57
120	2008	MLPL	PT. Multipolar Tbk	4	0,051282	-0,01723	11402498	0,72	4	30,06

121	2008	SMAR	PT. SMART Tbk	23	0,294872	0,104368	10025916	0,54	8	29,94
122	2008	SOBI	PT. Sorini Agro Asia Corporindo	27	0,346154	0,128248	1111100	0,47	3	27,74
123	2008	TIRA	PT. Tira Austenite Tbk	6	0,076923	0,005823	228582	0,65	4	26,16
124	2008	TURI	PT. Tunas Ridean Tbk	8	0,102564	0,068394	3583328	0,71	5	28,91
125	2008	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk	5	0,064103	0,370074	6504736	0,52	5	29,5
126	2008	UNTR	PT. United Tractor Tbk	9	0,115385	0,116455	22847721	0,51	8	30,76
127	2008	INDF	PT indofood sukses makmur	15	0,192308	0,026125	39594264	0,67	10	31,31
128	2008	INTA	PT intraco penta	17	0,217949	0,020176	1137218	0,71	3	27,76

## LAMPIRAN C

## HASIL OLAH DATA STATISTIK

Sesudah mengeluarkan data outlier

## Regression

## Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
CSR	.12441	.081467	108
LEVERAGE	.53083	.203810	108
DK	5.19	2.075	108
SIZE	28.1868	1.35517	108
ROA	.05062	.061109	108

## Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ROA, SIZE, DK, LEVERAGE (a)	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: CSR

## Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.412(a)	.170	.138	.075656	1.887

a Predictors: (Constant), ROA, SIZE, DK, LEVERAGE

b Dependent Variable: CSR

## ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.121	4	.030	5.267	.001(a)
	Residual	.590	103	.006		
	Total	.710	107			

a Predictors: (Constant), ROA, SIZE, DK, LEVERAGE

b Dependent Variable: CSR

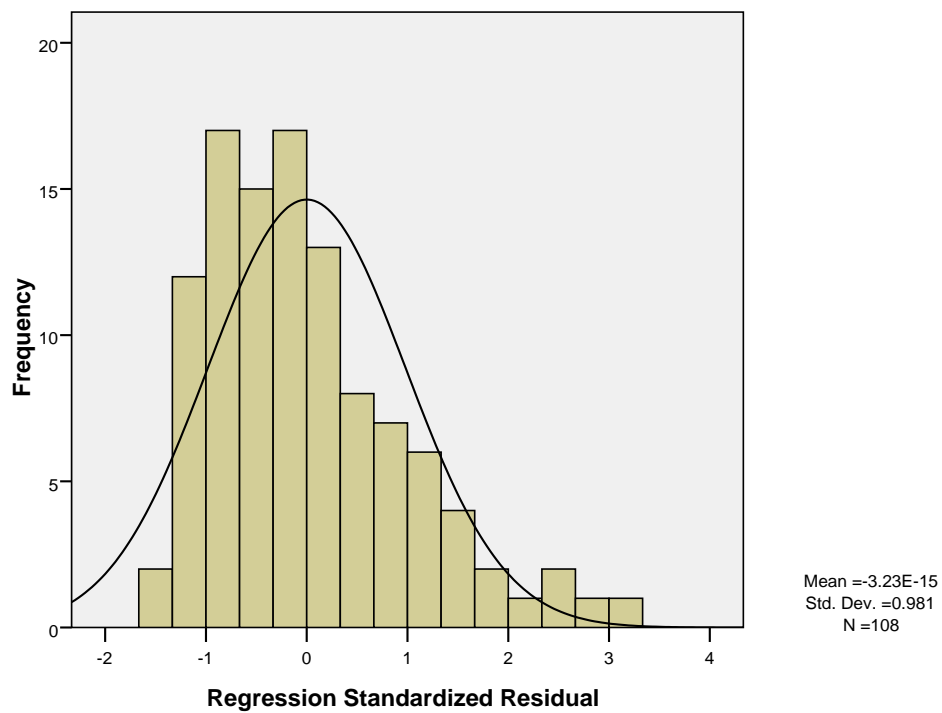
## Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.362	.172		-2.111	.037		
	LEVERAGE	.012	.045	.030	.261	.795	.628	1.592
	DK	-.001	.004	-.031	-.286	.776	.672	1.489
	SIZE	.017	.007	.275	2.491	.014	.662	1.510
	ROA	.413	.151	.310	2.734	.007	.627	1.596

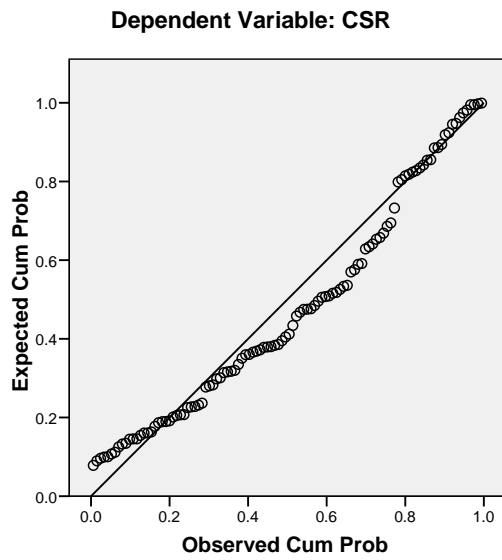
a Dependent Variable: CSR

## Histogram

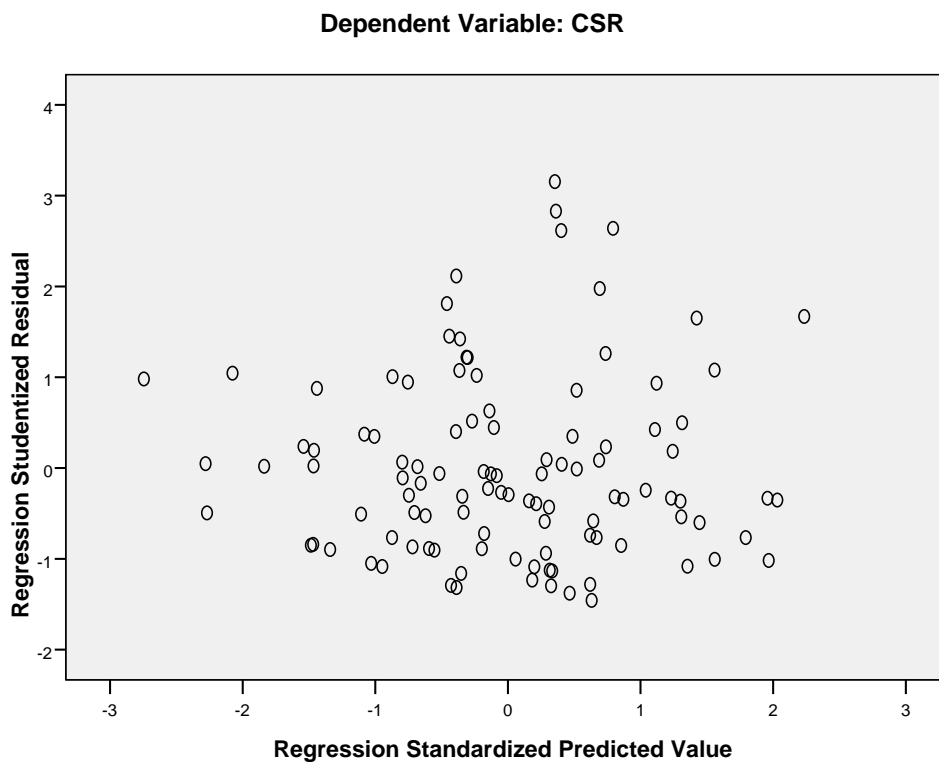
## Dependent Variable: CSR



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



## Uji Glejser

### Variables Entered/Removed(b,c)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	DK, LEVERAGE , SIZE, ROA(a)	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Abs\_RES

c Models are based only on cases for which 1 (FILTER) = Selected

### Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	-,077	,106		-,725	,470
	ROA	,059	,093	,077	,631	,530
	LEV	,009	,028	,041	,338	,736
	DK	,000	,003	,007	,061	,952
	Ln_SIZE	,004	,004	,130	1,087	,280

a Dependent Variable: abs\_res

## Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		108
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,07422853
Most Extreme Differences	Absolute	,121
	Positive	,121
	Negative	-,076
Kolmogorov-Smirnov Z		1,254
Asymp. Sig. (2-tailed)		,086

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.



## Sebelum Mengeluarkan Data Outlier

### Regression

#### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
CSR	,12580	,099759	128
Ln_SIZE	28,12471	1,680755	128
ROA	,05228	,103301	128
LEV	,6267	,48521	128
DK	5,18	2,175	128

#### Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	DK, ROA, LEV, Ln_SIZE(a)	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: CSR

#### Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,473(a)	,224	,199	,089287	1,646

a Predictors: (Constant), DK, ROA, LEV, Ln\_SIZE

b Dependent Variable: CSR

#### ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,283	4	,071	8,885	,000(a)
	Residual	,981	123	,008		
	Total	1,264	127			

a Predictors: (Constant), DK, ROA, LEV, Ln\_SIZE

b Dependent Variable: CSR

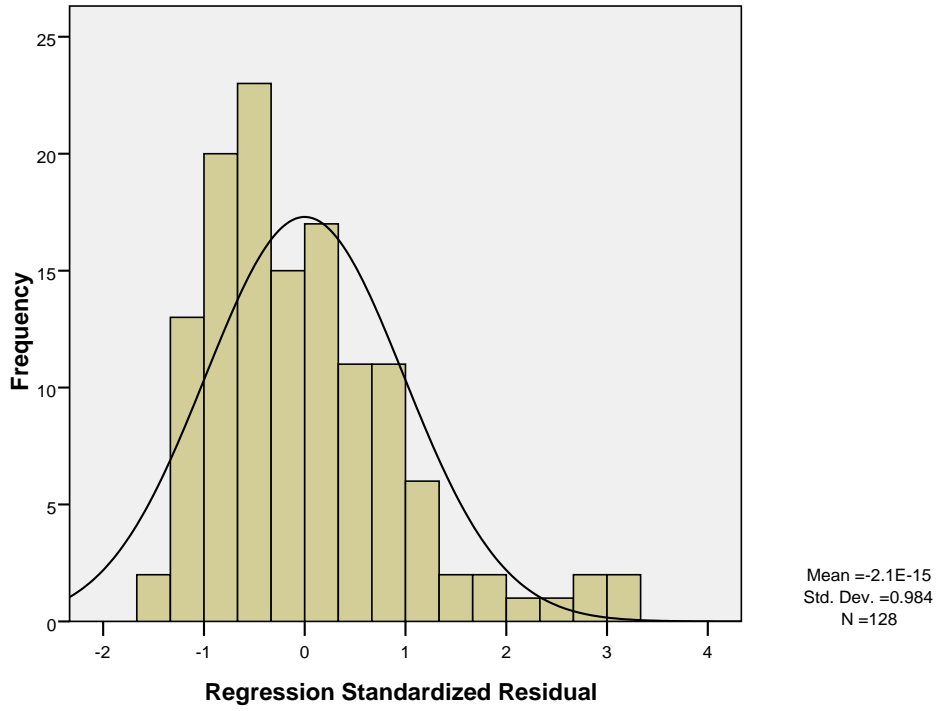
#### Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error
1	(Constant)	-,447	,159		-2,806	,006		
	Ln_SIZE	,019	,006	,327	3,194	,002	,602	1,661
	ROA	,041	,091	,042	,449	,654	,713	1,403
	LEV	-,016	,019	-,078	-,829	,408	,718	1,394
	DK	,007	,005	,146	1,445	,151	,618	1,619

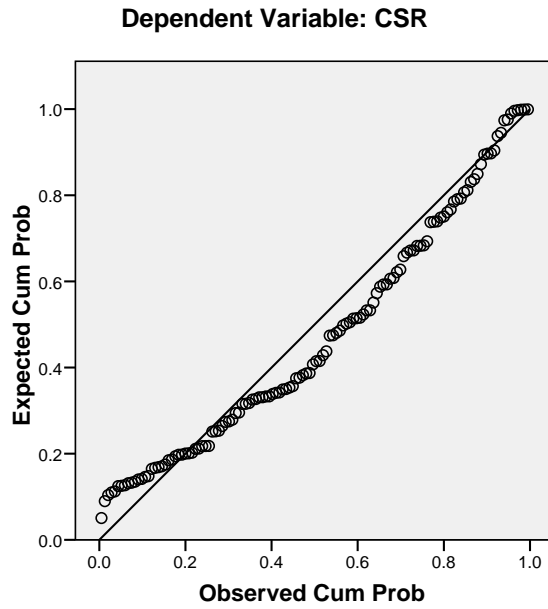
a Dependent Variable: CSR

### Histogram

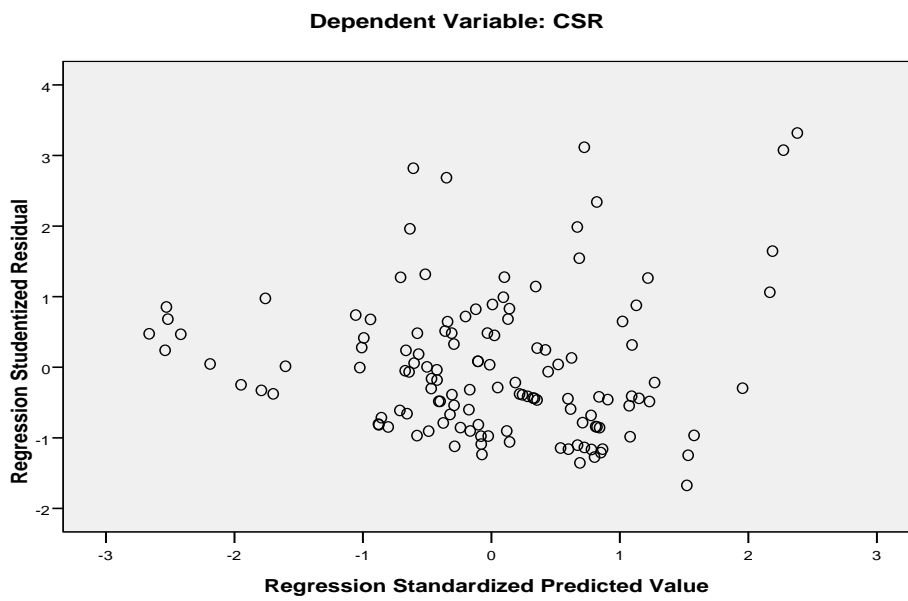
Dependent Variable: CSR



**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



**Scatterplot**



**Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		128
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,08786947
Most Extreme Differences	Absolute	,107
	Positive	,107
	Negative	-,085
Kolmogorov-Smirnov Z		1,206
Asymp. Sig. (2-tailed)		,109

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

### Uji Glejser

#### Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	DK, ROA, LEV, Ln_SIZE(a)	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Abs\_RES1

#### Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	-,269	,094		-2,861	,005
	Ln_SIZE	,012	,004	,350	3,249	,001
	ROA	,032	,054	,060	,605	,546
	LEV	,005	,011	,046	,467	,641
	DK	,001	,003	,027	,252	,802

a Dependent Variable: Abs\_RES1