

**PENGARUH ELEMEN-ELEMEN
CORPORATE GOVERNANCE
TERHADAP LUAS PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(Studi pada Bank di Indonesia Periode Tahun 2008-2009)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:
MARGA ANUGERAH
NIM C2C007073

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2011**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Marga Anugerah
Nomor Induk Mahasiswa : C2C 007 073
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi/ Akuntansi
Judul Skripsi : **PENGARUH ELEMEN-ELEMEN *CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP LUAS PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (Studi pada Bank di Indonesia Periode Tahun 2008-2009)**
Dosen Pembimbing : Totok Dewayanto, SE., M.Si., Akt.

Semarang, 12 Mei 2011

Dosen Pembimbing,



(Totok Dewayanto, SE., M.Si., Akt.)

NIP. 19690509 1994121001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Marga Anugerah

Nomor Induk Mahasiswa : C2C007073

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi/ Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH ELEMEN-ELEMEN**

CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP

LUAS PENGUNGKAPAN CORPORATE

SOCIAL RESPONSIBILITY

(Studi pada Bank di Indonesia Periode Tahun

2008-2009)

Tim Penguji

1. Totok Dewayanto, SE., M.Si., Akt.

(.....)

2. Drs. Agustinus Santosa Adiwibowo, M.Si., Akt.

(.....)

3. H. Warsito Kawedar, SE., M.Si., Akt.

(.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Marga Anugerah, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“PENGARUH ELEMEN-ELEMEN CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP LUAS PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (Studi pada Bank di Indonesia Periode Tahun 2008-2009)”** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

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

Semarang, 12 Mei 2011
Yang membuat pernyataan,

Marga Anugerah
NIM. C2C007073

ABSTRACT

This research aims to investigate the CSR (Corporate Social Responsibility) disclosure practice of banks located in Indonesia and explores the effects of Corporate Governance (CG) structure elements on bank CSR voluntary disclosures. The investigated elements of Corporate Governance structure are Board of Commissioner Size, Meeting of Board of Commissioner, Board of Commissioner Independency, Women Commissioners, Audit Committee Independency, Managerial Ownership, Foreign Ownership, Institutional Ownership, and Governmental Ownership with control variables are Bank Size and Profitability.

The population of this research is 31 general banks which are listed in Indonesia Stock Exchange (BEI) in the period 2008-2009. By purposive sampling, the collected sample is 21 banks while the data source is the annual reports in number 42 reports. Data analysis used is content analysis, processed in test of classic assumption while the hypothesis analysis method was done with the multiple linear regression method.

Results show that CSR disclosure done by Indonesian banks is overall in the moderate level with less focus in environmental and energy issues. Corporate Governance structure elements simultaneously affect the CSR disclosure positively, and can define it in 77,5%. While partially, Board of Commissioner Size, Audit Committee Independency and Bank Size significantly affect the extent of CSR disclosure of banks.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Governance (CG), Board of Commissioner Size, Audit Committee Independency, Bank Size.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik pengungkapan CSR (Corporate Social Responsibility) yang dilakukan oleh bank-bank di Indonesia dan untuk mengetahui pengaruh elemen-elemen struktur Corporate Governance terhadap luas pengungkapan sukarela CSR bank. Elemen-elemen dari struktur Corporate Governance yang diteliti adalah Jumlah Komisaris, Independensi Dewan Komisaris, Jumlah Rapat Dewan Komisaris, Komisaris Wanita, Independensi Komite Audit, Kepemilikan Asing, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Kepemilikan Pemerintah dengan variabel kontrol Ukuran Bank serta Profitabilitas.

Populasi dari penelitian ini adalah 31 bank umum yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) pada tahun 2008-2009. Dengan *purposive sampling* didapatkan sampel 21 bank dengan sumber data berupa laporan tahunan bank sejumlah 42 laporan. Analisis data menggunakan *content analysis*, diolah dengan uji asumsi klasik sementara pengujian hipotesis dengan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dilakukan oleh bank-bank di Indonesia dengan luas moderat, fokus lebih sempit pada isu lingkungan dan energi. Elemen-elemen struktur Corporate Governance secara bersama-sama mempengaruhi luas pengungkapan CSR bank dengan koefisien positif dan dapat menjelaskan 77,5% luas pengungkapan CSR bank. Sementara itu, secara parsial Ukuran Dewan Komisaris, Independensi Komite Audit dan Ukuran Bank berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan CSR bank.

Kata kunci: Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Governance (CG), Dewan Komisaris, Komite Audit, Struktur Kepemilikan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang selalu mencurahkan anugerahnya, yang selalu menuntun penulis sehingga skripsi dengan judul **“PENGARUH ELEMEN-ELEMEN CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP LUAS PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (Studi pada Bank di Indonesia Periode Tahun 2008-2009)”** dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat terselesaikan karena campur tangan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih atas bantuan dan dukungan yang begitu besar dari:

1. Bapak Prof. Drs. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
2. Bapak Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, Msi., Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
3. Bapak Totok Dewayanto, SE., MSi., Akt. selaku Dosen Pembimbing atas waktu, perhatian dan segala bimbingan serta arahannya selama penulisan skripsi ini.
4. Bapak Marsono, SE., M.Adv., Acc., Akt. selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis dari awal hingga akhir studi di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

5. Para dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
6. Staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis selama proses studi.
7. Keluarga kecil penulis, orang tua dan adik-adik tercinta yang selalu memberi semangat dan berdoa untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Keluarga Cemara tersayang yang menjadi teman seperjalanan selama studi. Masa kuliah tidak akan indah tanpa kalian.
9. Komunitas-komunitas terbaik penulis. Youth-Teen Maranatha dan Home Plus+ yang mengajar penulis untuk selalu hidup dalam kebenaran dan tuntunan Tuhan. PSM UNDIP yang telah memberikan begitu banyak pengalaman tak tergantikan. Teman-teman antik yang menjadi sahabat penulis, saling mendukung semenjak SMA. KTB Armada yang juga terus mendukung dan mendoakan penulis. Tim KKN II Kelurahan Grobogan yang telah berjuang bersama dengan penulis. Komunitas akuntansi 2007 yang telah menjadi teman-teman berbagi cerita dan hidup.
10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semarang, Mei 2011

Penulis

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Teori <i>Stakeholder</i>	15
2.1.2 Teori Legimitasi	18
2.1.3 Teori Keagenan (<i>Agency Theory</i>).....	19
2.1.4 Definisi Bank	21
2.1.5 Tanggungjawab Sosial Perusahaan	23
2.1.6 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .	25
2.1.7 Pengungkapan Tanggung jawab Sosial oleh Lembaga Keuangan	29

	2.1.8	Corporate Governance	32
	2.2	Penelitian Terdahulu	36
	2.3	Kerangka Pemikiran	41
	2.4	Pengembangan Hipotesis	43
	2.4.1	Elemen Corporate Governance dan Pengaruhnya terhadap Luas Pengungkapan CSR.....	43
	2.4.2	Variabel Kontrol	52
	2.5	Hipotesis	53
BAB III		METODE PENELITIAN	55
	3.1	Variabel Penelitian.....	55
	3.1.1	Variabel Terikat (Dependen)	55
	3.1.2	Variabel Bebas (Independen)	56
	3.1.3	Variabel Kontrol	59
	3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	60
	3.3	Jenis dan Sumber Data.....	61
	3.4	Metode Pengumpulan Data.....	61
	3.5	Metode Analisis	62
	3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	62
	3.5.2	Uji Asumsi Klasik	62
	3.5.3	Analisis Regresi	64
	3.5.4	Pengujian Hipotesis	66
BAB IV		HASIL DAN PEMBAHASAN	69
	4.1	Deskripsi Objek Penelitian	69
	4.2	Analisis Data.....	70
	4.2.1	Statistik Deskriptif.....	70
	4.2.2	Hasil Uji Asumsi Klasik	75
	4.2.3	Hasil Uji Hipotesis.....	81
	4.3	Interpretasi Hasil.....	86

4.3.1	Luas Pengungkapan CSR (Disclosure of Corporate Social Responsibility).....	86
4.3.2	Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Luas Pengungkapan CSR	89
4.3.3	Pengaruh Jumlah Rapat Dewan Komisaris terhadap Luas Pengungkapan CSR	90
4.3.4	Pengaruh Independensi Dewan Komisaris terhadap Luas Pengungkapan CSR	90
4.3.5	Pengaruh Komisaris Wanita terhadap Luas Pengungkapan CSR	91
4.3.6	Pengaruh Independensi Komite Audit terhadap Luas Pengungkapan CSR	92
4.3.7	Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Luas Pengungkapan CSR	93
4.3.8	Pengaruh Kepemilikan Asing terhadap Luas Pengungkapan CSR	94
4.3.9	Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Luas Pengungkapan CSR	95
4.3.11	Pengaruh Ukuran Bank terhadap Luas Pengungkapan CSR	96
4.3.12	Pengaruh Profitabilitas terhadap Luas Pengungkapan CSR	97
BAB V	PENUTUP	98
5.1	Simpulan	98
5.2	Keterbatasan Penelitian	100
5.3	Saran	100
	DAFTAR PUSTAKA	102

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pemilihan Sampel Penelitian	61
Tabel 4.1 Daftar Perusahaan Perbankan yang menjadi Sampel Penelitian.....	70
Tabel 4.2 Tabel Statistik Deskriptif	71
Tabel 4.3 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	77
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolonieritas	79
Tabel 4.5 Hasil Uji F.....	81
Tabel 4.7 Hasil Uji T.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Skema Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	76
Gambar 4.2 Normal Probability Plot	77
Gambar 4.3 Scatterplot.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kategori Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.....	105
Lampiran B Hasil <i>Content Analysis</i> : Pengungkapan CSR Bank.....	108
Lampiran C Grafik Rata-Rata Pengungkapan CSR Per Kategori.....	111
Lampiran D Hasil Pengukuran Variabel.....	112
Lampiran E Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS 16.0.....	111
Statistik Deskriptif.....	111
Regresi Linear Berganda.....	111
Grafik.....	113
Uji Non Parametrik.....	114

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di tengah dunia bisnis yang terus berkembang ini, setiap perusahaan berusaha untuk selalu dinamis mengikuti keinginan pasar dan tuntutan-tuntutan eksternal. Persaingan yang semakin tinggi membuat mereka berlomba untuk mendapatkan citra dan persepsi yang baik dari setiap pemegang kepentingan. Selain itu, keadaan lingkungan dan sosial yang buruk sekarang meningkatkan kesadaran masyarakat untuk secara aktif mengawasi kegiatan bisnis yang ada.

Menilik kembali kasus-kasus perusakan lingkungan oleh kegiatan bisnis perusahaan yang ada di Indonesia belakangan ini, maka masyarakat menjadi semakin fokus untuk mengawasi dan menuntut tanggungjawab sosial perusahaan. Kasus seperti yang dialami Bank Century bahkan masih terus dibahas menjadi hal yang belum mencapai titik terang antar pihak-pihak terkait.

Hal tersebut mendorong adanya pembagian konsentrasi perusahaan dari pencarian laba maksimal ke konsentrasi terhadap kepentingan dan kesejahteraan masyarakat yang diaplikasikan dalam suatu bentuk CSR. Sebab, praktik CSR pada suatu perusahaan nyatanya dianggap menjadi suatu jaminan penting bagi *stakeholder* bahwa perusahaan tersebut memberikan timbal balik atas keuntungan yang mereka peroleh dari lingkungan di sekitar mereka.

Konsep CSR pertama kali ada dalam tulisan *Social Responsibility of the Businessman*. Konsep yang digagas Howard Rothmann Brown ini menjawab

keresahan dunia bisnis (Carroll, 1999 dalam Solihin, 2008). Howard Rothmann Brown mengungkapkan bahwa keberadaan CSR bukan karena diwajibkan oleh pemerintah atau penguasa, melainkan merupakan komitmen yang lahir dalam konteks etika bisnis (*beyond legal aspects*) agar sejahtera bersama masyarakat berdasarkan prinsip kepastian sesuai nilai dan kebutuhan masyarakat. Belakangan CSR segera diadopsi, karena bisa jadi penawar kesan buruk perusahaan yang terlanjur dalam pikiran masyarakat dan lebih dari itu pengusaha dicap sebagai pemburu uang yang tidak peduli pada dampak kemiskinan dan kerusakan lingkungan.

Menurut Inawesnia (2008) *corporate social responsibility* merupakan praktik bisnis transparan yang didasarkan pada nilai etika, dengan memberikan perhatian kepada karyawan, masyarakat, dan lingkungan, serta dirancang untuk melestarikan masyarakat secara umum dan juga para pemegang saham. Berbagai bisnis dari yang kecil sampai yang besar mempraktekkan CSR dalam kegiatan usahanya. Bentuk CSR itu sendiri telah berkembang hebat dengan banyak variasi. Contoh bentuk CSR yang sering dilakukan antara lain adalah konsentrasi pada kesejahteraan pegawai, kontribusi dalam dunia pendidikan, bantuan-bantuan untuk bencana alam, keikutsertaan dalam pembangunan fisik sarana umum, kontribusi dalam dunia kesehatan, dan lain-lain.

Corporate social responsibility (CSR) memberikan suatu pandangan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya berpijak pada *single bottom line*, yaitu bahwa nilai perusahaan (*corporate value*) tidak hanya dilihat hanya dari kinerja keuangan saja. Akan tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak

pada *triple bottom lines* yaitu bagaimana perusahaan ikut bertanggungjawab atas kehidupan lingkungan dan sosial.

Kini seiring dengan perkembangannya ada beberapa masalah yang dihadapi dalam pelaksanaan CSR dalam dunia bisnis (Cahya, 2010), di antaranya adalah:

1. Program CSR belum tersosialisasikan dengan baik di masyarakat.
2. Masih terjadi perbedaan pandangan antara departemen hukum dan HAM dengan departemen perindustrian mengenai CSR dikalangan perusahaan dan Industri.
3. Belum adanya aturan yang jelas dalam pelaksanaan CSR dikalangan perusahaan.

Bila dianalisis, maka permasalahan di atas menyangkut belum tersosialisasikannya dengan baik program CSR di kalangan masyarakat yaitu kurangnya pengungkapan CSR oleh perusahaan-perusahaan.

Sebenarnya pengungkapan CSR telah berkembang dalam dunia akuntansi. Awalnya akuntansi dilakukan untuk memberikan pertanggungjawaban atas kinerja manajemen kepada pemilik modal, sehingga orientasi perusahaan adalah pada pemilik modal saja. Akan tetapi ternyata fokus perusahaan pada kepentingan pemilik modal terkadang merugikan kepentingan lingkungan dan masyarakat sekitar, sehingga tuntutan untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial semakin besar dan mendorong perkembangan pelaporan sosial.

Pelaporan sosial yang dimaksud tersebut harus menggambarkan ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan berkaitan dengan interaksi

organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan terpisah (Sembiring, 2006). Saat ini telah berlaku Undang-undang No. 40 Tahun 2007 yang mengatur tentang Perseroan Terbatas. Pada pasalnya yang ke 74, dinyatakan bahwa suatu bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan berlaku bagi perseroan yang mengelola/memiliki dampak terhadap sumber daya alam dan tidak dibatasi kontribusinya serta dimuat dalam laporan keuangan.

Dalam undang-undang tersebut pada pasal 66 ayat 2c mewajibkan perseroan untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR) dalam Laporan Tahunan. Pelaporan tersebut merupakan suatu bukti akuntabilitas perusahaan atas pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga para pemegang kepentingan (*stakeholders*) dapat menilai pelaksanaan kegiatan tersebut. CSR dalam undang-undang tersebut (Pasal 1 ayat 3) dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diartikan sebagai komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Undang-undang No. 40 tahun 2007 inilah yang kemudian memunculkan ide pemerintah mengenai Indonesian CSR Award yang saat ini diselenggarakan oleh Departemen Sosial Republik Indonesia. Indonesian CSR Award merupakan suatu penghargaan bagi perusahaan-perusahaan yang telah memberikan kontribusi positif kepada lingkungan dan sosial masyarakat. Hal ini menjadi bukti bahwa

pemerintah ikut serta mendukung adanya CSR yang kuat dalam setiap bidang bisnis untuk menciptakan lingkungan dan kehidupan sosial yang lebih baik.

Secara umum, undang-undang mengenai CSR di atas merupakan satu hal krusial dalam mendorong setiap perusahaan untuk mulai ikut serta dalam tanggung jawab lingkungan dan sosial. Akan tetapi bila ditilik lebih dalam, peraturan tersebut masih memiliki beberapa kelemahan antara lain kurangnya kejelasan mengenai perusahaan di bidang apa saja yang diwajibkan untuk melakukan CSR, sanksi-sanksi bagi yang tidak melakukan CSR, juga sistem dan bentuk pengungkapan CSR.

Sementara itu, isu mengenai praktik corporate governance telah mencuat dan terus meluas sejak terjadinya kasus-kasus keuangan pada perusahaan-perusahaan besar seperti Enron, Tyco, Worldcom, dan Global Crossing. Kasus-kasus tersebut menjadi bukti bahwa penerapan corporate governance menjadi suatu kebutuhan penting dalam dunia bisnis terutama perusahaan-perusahaan keuangan, termasuk juga untuk perusahaan di Indonesia.

Krisis yang terjadi di Indonesia pada tahun 1997 menambah nilai penting praktik corporate governance terutama di sektor perbankan. Bank-bank yang menjadi pilar dari sistem keuangan negara ikut merasakan dampak negatif dari krisis multidimensi tersebut menyebabkan krisis perbankan terparah dalam sejarah perbankan nasional sehingga terjadi penurunan kinerja perbankan nasional (Oktapiyani,2009).

Usaha-usaha untuk memulihkan keadaan dunia perbankan di Indonesia terus dilakukan oleh pemerintah melalui Bank Indonesia (BI). Pada tahun 2004

dikeluarkan Arsitektur Perbankan Indonesia (API) yang merupakan suatu kerangka dasar sistem perbankan yang bersifat menyeluruh dan memberikan arahan, bentuk, dan tatanan industri perbankan. Salah satu isi dari API adalah mengenai kewajiban bank-bank untuk melaksanakan corporate governance untuk memperkuat kondisi internal perbankan.

Kemudian pada tahun 2006 Bank Indonesia mengeluarkan paket kebijakan perbankan yang dikenal dengan istilah Pakjan 2006, yang isinya berupa peraturan pelaksanaan Corporate Governance bagi bank umum yaitu Peraturan Perbankan Indonesia (PBI) Nomor 8/4/2006.

Inti dari *corporate governance* adalah adanya pemisahan antara kepemilikan dengan pengendalian perusahaan, yaitu untuk mengatasi masalah keagenan. Permasalahan keagenan dalam hubungannya antara pemilik modal dengan manajer adalah bagaimana sulitnya pemilik dalam memastikan bahwa dana yang ditanamkan tidak diambil alih atau diinvestasikan pada proyek yang tidak menguntungkan sehingga tidak mendatangkan *return*.

Corporate governance terdiri dari lima prinsip yang dikenal dengan singkatan TARIF yaitu: *transparency* (transparansi), *accountability* (akuntabilitas), *responsibility* (pertanggungjawaban), *independency* (independensi), *fairness* (kesetaraan dan kewajaran). Kelima prinsip tersebut dikerjakan bersama-sama dalam kegiatan bisnis menjamin kegiatan bisnis yang sehat baik bagi pihak eksternal maupun internal perusahaan yang terkait (stakeholder).

Prinsip-prinsip untuk memberikan kebaikan bagi seluruh stakeholder tersebut akhirnya juga membawa perusahaan pada tanggungjawab sosial. Menurut Suciyati (2010) ada satu hubungan yang tak dapat terpisahkan antara *Corporate Social Responsibility* dengan *Good Corporate Governance*. Keduanya bagaikan dua sisi mata uang yang tak dapat terpisahkan antara satu dengan yang lainnya. Hal ini dikarenakan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu hasil dari praktik *Corporate Governance*. Dalam *Good Corporate Governance* diimplimentasikan salah satunya melalui pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*. Dengan kata lain bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan implementasi dari *Good Corporate Governance*.

Khan (2010) mencoba untuk menjelaskan pengaruh elemen-elemen corporate governance terhadap luas pengungkapan CSR bank-bank swasta di Bangladesh. Hasilnya adalah bahwa corporate governance secara keseluruhan mempengaruhi luas pengungkapan CSR secara positif. Elemen dari corporate governance berupa proporsi direktur non-eksekutif dan proporsi direktur non-Bangladesh dalam dewan direksi mempengaruhi luas pengungkapan CSR secara signifikan, sementara proporsi direktur wanita tidak mempengaruhi secara signifikan oleh karena pemberdayaan wanita di Bangladesh merupakan hal baru.

Sementara itu di Indonesia dengan sistim dewan direksi yang berbeda, telah dilakukan beberapa penelitian yang mengkaji hubungan antara elemen corporate governance dan pengungkapan CSR. Nurkhin (2009) dalam penelitiannya menemukan hasil bahwa elemen corporate governance sebagai variabel independen yaitu proporsi dewan komisaris independen mempengaruhi

luas pengungkapan CSR secara positif signifikan, sementara kepemilikan institusional tidak mempengaruhi secara signifikan. Sementara itu Fahrizqi (2010) menyebutkan dalam penelitiannya bahwa ukuran dewan komisaris tidak mempengaruhi pengungkapan CSR. Hasil berbeda lagi dinyatakan oleh Sumedi (2010) bahwa kepemilikan institusional mempengaruhi secara signifikan, sedangkan kepemilikan asing tidak mempengaruhi secara signifikan. Sedangkan Mulia meneliti pengaruh ukuran dewan komisaris, komisaris independen, konsentrasi kepemilikan tidak mempengaruhi luas pengungkapan sosial, sedangkan independensi komite audit berpengaruh secara negatif dan faktor kepemilikan pemerintah berpengaruh positif.

Satu lagi penelitian dengan hasil yang berbeda dari Waryanto (2010) yaitu bahwa elemen-elemen corporate governance; ukuran dewan komisaris, jumlah rapat dewan komisaris, independensi dewan komisaris, ukuran komite audit, jumlah rapat komite audit, kompetensi komite audit, kepemilikan saham institusional, kepemilikan saham manajerial, kepemilikan saham asing dan kepemilikan saham terkonsentrasi bersama dengan ukuran perusahaan dan leverage hanya mempengaruhi pengungkapan CSR sebesar 41,7%. Dengan demikian elemen-elemen corporate governance belum dapat meningkatkan pengungkapan CSR dengan optimal.

Penelitian ini diambil karena adanya ketidakkonsistenan hasil dari penelitian-penelitian terdahulu mengenai pengaruh elemen-elemen corporate governance terhadap luas pengungkapan CSR. Selain itu, penelitian mengenai pengaruh CG terhadap CSR yang berfokus pada bidang perbankan juga masih

sangat langka, sementara kita ketahui bahwa perbankan adalah satu-satunya bidang bisnis yang memiliki peraturan dan kewajiban penerapan Good Corporate Governance yaitu Arsitektur Perbankan Indonesia (API) dalam salah satu pilarnya, dan juga Peraturan Bank Indonesia nomor 8/4/PBI/2006. Banyak peneliti CSR justru menghilangkan bank dari sampel penelitian, dikarenakan tidak ada hubungan langsung antara kegiatan utama bank dengan lingkungan (Archel Domench, 2003 dalam Branco, 2006). Akan tetapi beberapa penelitian seperti Tsang (1998) dan Khan (2010) menyebutkan bahwa bank-bank justru memberikan pelaksanaan dan pengungkapan CSR yang baik bila dibandingkan dengan industri di bidang lain.

Perusahaan-perusahaan selain bank tidak dapat dipungkiri melakukan corporate governance dengan tujuan menjamin kepentingan pemegang saham yang memiliki ekuitas perusahaan. Sedangkan fokus bank dalam pelaksanaan corporate governance jauh lebih luas untuk stakeholder yang sangat banyak, disebabkan kegiatan utama bank adalah menggunakan uang atau dana para debitor dan kreditor yang notabene adalah masyarakat luas. Hal tersebut berarti bahwa pelaksanaan corporate governance bank secara langsung atau tidak langsung menjadi jaminan pelaksanaan dan pengungkapan CSR.

Berdasarkan penelitian Khan, Mulia dan latar belakang di atas, maka penulis ingin meneliti bagaimana praktik pengungkapan CSR oleh bank-bank Indonesia yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) serta meneliti pengaruh elemen-elemen corporate governance terhadap luas pengungkapan CSR mereka. Oleh karena itu penulis mengambil penelitian ini dengan judul “Pengaruh

7. Apakah Kepemilikan Asing mempengaruhi luas pengungkapan CSR bank di Indonesia?
8. Apakah Kepemilikan Institusional mempengaruhi luas pengungkapan CSR bank di Indonesia?
9. Apakah Kepemilikan Pemerintah mempengaruhi luas pengungkapan CSR bank di Indonesia?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis praktik pengungkapan CSR bank di Indonesia.
2. Meneliti:
 1. Pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap luas pengungkapan CSR bank di Indonesia.
 2. Pengaruh jumlah rapat dewan komisaris terhadap luas pengungkapan CSR bank di Indonesia.
 3. Pengaruh independensi dewan komisaris terhadap luas pengungkapan CSR bank di Indonesia.
 4. Pengaruh komisaris wanita terhadap luas pengungkapan CSR bank di Indonesia.
 5. Pengaruh independensi komite audit terhadap luas pengungkapan CSR bank di Indonesia.
 6. Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap luas pengungkapan CSR bank di Indonesia.

7. Pengaruh kepemilikan asing terhadap luas pengungkapan CSR bank di Indonesia.
8. Pengaruh kepemilikan institusional terhadap luas pengungkapan CSR bank di Indonesia.
9. Pengaruh kepemilikan pemerintah terhadap luas pengungkapan CSR bank di Indonesia.

Adapun kegunaan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang ilmu akuntansi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dan praktik corporate governance.

2. Kegunaan Praktis

- 2.a Bagi Manajemen Perbankan

Sebagai saran dan masukan yang dapat dipergunakan bagi manajemen institusi sebagai bahan dan referensi dalam rangka menetapkan kebijakan maupun langkah strategik

- 2.b Bagi Masyarakat Umum

Dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai salah satu dasar untuk menilai tingkat kontribusi bank kepada lingkungan dan masyarakat melalui

pengungkapan tanggung jawan sosial dalam laporan keuangan yang dipublikasikan.

2.c Bagi Pemerintah dan Badan Pembuat Standar Selaku Regulator

Bagi pengambil kebijakan seperti Bapepam dan IAI, penelitian ini berguna dalam merumuskan regulasi pengungkapan CSR bagi perusahaan. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, *regulator* akan lebih mudah dalam membuat regulasi pengungkapan CSR yang mampu diaplikasikan serta dipatuhi oleh perusahaan.

2.d Bagi Peneliti/Pembaca

Sebagai bahan kajian dan referensi untuk menambah wawasan maupun untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang penelitian ini serta perumusan masalah penelitian yang penyusunannya disesuaikan dengan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi teori-teori serta penelitian terdahulu berkaitan dengan masalah yang diteliti. Selain bab ini juga dijelaskan susunan pemikiran yang melandasi timbulnya hipotesis penelitian. Pada bagian ini diuraikan pada hubungan antara variabel independen serta dependennya dan variabel control yang digunakan dalam penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi tentang bagaimana penelitian akan dilakukan secara operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan hasil olah statistik.

BAB V : PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan penelitian serta implikasi keterbatasan penelitian. Untuk mengatasi keterbatasan penelitian tersebut, disertakan pula saran bagi penelitian mendatang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Terdapat tiga teori yang mendasari penelitian ini, yaitu *stakeholder theory*, *legitimacy theory* dan *agency theory*. *Stakeholder theory* dan *legitimacy theory* merupakan teori yang paling tepat untuk mendasari penelitian di bidang tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Deegan (2004) dalam Yuniarti (2007), teori *stakeholder* erat kaitannya dengan teori *legitimacy*. Keduanya menjelaskan alasan pengungkapan suatu informasi oleh perusahaan dalam laporan keuangan. Sementara itu *agency theory* adalah teori yang mendasari penelitian mengenai *corporate governance*. Akan dibahas juga teori mengenai CSR beserta pengungkapannya, dan *Good Corporate Governance*.

2.1.1 Teori Stakeholder

Stakeholder merupakan pihak-pihak yang berkepentingan pada perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan. Organisasi memiliki banyak *stakeholder* seperti karyawan, masyarakat, negara, *supplier*, pasar modal, pesaing, badan industri, pemerintah asing dan lain-lain. Hal pertama mengenai teori *stakeholder* adalah bahwa *stakeholder* adalah sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengakui sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis. Hal ini berlaku untuk kedua varian teori *stakeholder*, varian pertama berhubungan langsung dengan model akuntabilitas. *Stakeholder*

dan organisasi saling mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk tanggung jawab dan akuntabilitas. Oleh karena itu organisasi memiliki akuntabilitas terhadap *stakeholdernya*. Sifat dari akuntabilitas itu ditentukan dengan hubungan antara *stakeholder* dan organisasi.

Varian dari kedua teori *stakeholder* berhubungan dengan pandangan Trekers (1983) mengenai *empirical accountability*. Teori *stakeholder* mungkin digunakan dengan ketat dalam suatu organisasi arah terpusat (*centered-way organization*). Robert (1992) menyatakan bahwa pengungkapan sosial perusahaan merupakan sarana yang sukses bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungan dengan *stakeholdernya*.

Kasali dalam Wibisono (2007) membagi *stakeholders* menjadi:

1. *Stakeholders* Internal dan *stakeholders* eksternal

Stakeholders internal adalah *stakeholders* yang berada di dalam lingkungan organisasi. Misalnya karyawan, manajer dan pemegang saham (*shareholder*). Sedangkan *stakeholders* eksternal adalah *stakeholders* yang berada di luar lingkungan organisasi, seperti penyalur atau pemasok, konsumen atau pelanggan, masyarakat, pemerintah, pers, kelompok *social responsible investor*, *licensing partner* dan lain-lain.

2. *Stakeholders* primer, sekunder dan marjinal

Tidak semua elemen dalam *stakeholders* perlu diperhatikan. Perusahaan perlu menyusun skala prioritas. *Stakeholders* yang paling penting disebut *stakeholders* primer, *stakeholders* yang kurang penting disebut *stakeholders* sekunder dan yang biasa diabaikan disebut *stakeholders* marjinal. Urutan

prioritas ini berbeda bagi setiap perusahaan meskipun produk atau jasanya sama. Urutan ini juga bisa berubah dari waktu ke waktu.

3. *Stakeholders* tradisional dan *stakeholders* masa depan

Karyawan dan konsumen dapat disebut sebagai *stakeholders* tradisional, karena saat ini sudah berhubungan dengan organisasi. Sedangkan *stakeholders* masa depan adalah *stakeholders* pada masa yang akan datang diperkirakan akan memberikan pengaruhnya pada organisasi seperti mahasiswa, peneliti dan konsumen potensial.

4. *Proponents*, *opponents*, dan *uncommitted*

Diantara *stakeholders* ada kelompok yang memihak organisasi (*proponents*), menentang organisasi (*opponents*) dan ada yang tidak peduli atau abai (*uncommitted*). Organisasi perlu mengenal *stakeholders* yang berbeda-beda ini agar dapat melihat permasalahan, menyusun rencana dan strategi untuk melakukan tindakan yang proposional.

5. *Silent majority* dan *vokal minority*

Dilihat dari aktivitas *stakeholders* dalam melakukan komplain atau mendukung perusahaan, tentu ada yang menyatakan pertentangan atau dukungannya secara *vokal* (aktif) namun ada pula yang menyatakan secara *silent* (pasif).

Terdapat beberapa alasan yang mendorong perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholders*, yaitu:

1. Isu lingkungan melibatkan kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup mereka,

2. Dalam era globalisasi telah mendorong produk-produk yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan,
3. Para investor dalam menanamkan modalnya cenderung untuk memilih perusahaan yang memiliki dan mengembangkan kebijakan dan program lingkungan,
4. LSM dan pencinta lingkungan makin vokal dalam mengkritik perusahaan-perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan.

Guthrie *et al* (2006) dalam Yuniarti (2007) menyatakan bahwa teori *stakeholders* dapat diuji dengan berbagai cara dengan menggunakan *content analysis* atas laporan keuangan perusahaan. Lebih lanjut dinyatakan bahwa laporan keuangan merupakan cara yang paling efisien bagi organisasi untuk berkomunikasi dengan kelompok *stakeholders* yang dianggap memiliki ketertarikan dalam pengendalian aspek-aspek strategis tertentu dari organisasi.

2.1.2 Teori Legimitasi

Teori legitimitasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat dimana dia berada merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat. Organisasi mungkin menghadapi ancaman terhadap legitimasinya. Menurut Deegan (2004), teori legitimitasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha untuk memastikan bahwa aktifitas mereka (perusahaan) diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang “sah”.

Lindblom (1994) menyatakan bahwa suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimitasi. Oleh karena itu untuk menghadapi kegagalan kinerja perusahaan (seperti kecelakaan yang serius atau skandal keuangan), organisasi mungkin:

- a. Mencoba untuk mendidik *stakeholdernya* tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerjanya.
- b. Mencoba untuk mengubah persepsi *stakeholder* terhadap suatu kejadian (tetapi tidak merubah kinerja aktual organisasi).
- c. Mengalihkan (memanipulasi) perhatian dari masalah yang menjadi perhatian (mengkonsentrasikan terhadap beberapa aktivitas positif yang tidak berhubungan dengan kegagalan - kegagalan).
- d. Mencoba untuk merubah ekspektasi eksternal tentang kinerjanya.

Teori legitimasi dalam bentuk umum memberikan pandangan yang penting terhadap praktek pengungkapan sosial perusahaan. Kebanyakan inisiatif utama pengungkapan sosial perusahaan bisa ditelusuri pada satu atau lebih strategi legitimasi yang disarankan oleh Lindblom. Sebagai misal kecenderungan umum bagi pengungkapan sosial perusahaan untuk menekankan pada poin positif bagi perilaku organisasi dibandingkan dengan elemen yang negatif.

2.1.3 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer. *Agency relationship* didefinisikan sebagai kontrak dimana satu atau lebih orang (disebut *owners* atau pemegang saham atau

pemilik) menunjuk seorang lainnya (disebut agen atau pengurus/manajemen) untuk melakukan beberapa pekerjaan atas nama pemilik. Pekerjaan tersebut termasuk pendelegasian wewenang untuk mengambil keputusan. Dalam hal ini manajemen diharapkan oleh pemilik untuk mampu mengoptimalkan sumber daya yang ada di bank tersebut secara maksimal. Bila kedua pihak memaksimalkan perannya (*utility maximizers*), cukup beralasan apabila manajemen tidak akan selalu bertindak untuk kepentingan pemilik. Hal ini sangat beralasan sekali karena pada umumnya pemilik memiliki *welfare motives* yang bersifat jangka panjang, sebaliknya manajemen lebih bersifat jangka pendek sehingga terkadang mereka cenderung memaksimalkan profit untuk jangka pendek dengan mengabaikan *sustainability* keuntungan dalam jangka panjang. Untuk membatasi atau mengurangi kemungkinan tersebut, pemilik dapat menetapkan insentif yang sesuai bagi manajemen, yaitu dengan mengeluarkan biaya monitoring dalam bentuk gaji.

Dengan adanya *monitoring cost* tersebut manajemen akan senantiasa memaksimalkan kesejahteraan pemilik, walaupun keputusan manajemen dalam praktek akan berbeda dengan keinginan pemilik (Jensen dan Meckling, 1976). Ada tiga asumsi yang melandasi teori keagenan (Darmawati,dkk,2005) yaitu asumsi tentang sifat manusia, asumsi keorganisasian, dan asumsi informasi.

1. Asumsi sifat manusia menekankan bahwa manusia mempunyai sifat mementingkan diri sendiri, memiliki keterbatasan rasional (*bounded rationality*) dan tidak menyukai resiko

2. Asumsi keorganisasian menekankan tentang adanya konflik antara anggota organisasi, efisiensi sebagai kriteria efektivitas, dan adanya asimetri informasi antara *principal* dan *agent*
3. Asumsi informasi mengemukakan bahwa informasi dianggap sebagai komoditi yang dapat dijualbelikan.

Corporate governance sebagai efektivitas mekanisme yang bertujuan meminimalisasi konflik keagenan, dengan penekanan khusus pada mekanisme legal yang mencegah dilakukannya ekspropriasi atas pemegang saham baik mayoritas maupun minoritas. *Corporate governance* merupakan salah satu elemen kunci dalam meningkatkan efisiensi ekonomis, yang meliputi serangkaian hubungan antara manajemen perusahaan, dewan komisaris, para pemegang saham dan *stakeholders* lainnya. *Corporate governance* juga memberikan suatu struktur yang memfasilitasi penentuan sasaran-sasaran dari suatu perusahaan, dan sebagai sarana untuk menentukan teknik monitoring kinerja (Deni, Khomsiyah dan Rika, 2004 dalam Oktapiyani, 2009).

2.1.4 Definisi Bank

Menurut Undang-Undang RI nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud bank adalah sebuah lembaga atau perusahaan yang aktifitasnya menghimpun dana berupa giro, deposito, tabungan dan simpanan yang lain dari pihak yang kelebihan dana (*surplus spending unit*) dan kemudian menempatkannya kembali pada masyarakat yang membutuhkan dana (*deficit spending unit*) melalui penjualan jasa keuangan yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat banyak (Taswan, 2006).

Bank adalah suatu badan usaha yang tugas utamanya sebagai lembaga perantara keuangan yang menyalurkan dana dari pihak yang berkelebihan dana kepada pihak yang membutuhkan dana atau kekurangan dana pada waktu yang ditentukan (Dendawijaya, 2005). Bank umum adalah perusahaan yang menerima dana simpanan dan memberikan pinjaman kepada nasabah (Timothy dan Scott, 2000: 39). Bank domestik adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional dan berdasarkan pada pemberian jasa dalam lalu lintas pembayaran (Awdeh, 2005).

Perusahaan perbankan merupakan satu-satunya perusahaan yang mendapatkan jaminan dari pemerintah atas aktifitas usahanya. Dalam regulasi perbankan, bukan hanya produk dan layanan yang ditawarkan bank yang diregulasi, namun lembaga bank itu sendiri juga diatur dengan ketat. Regulasi yang sedemikian ketat perlu disusun mengingat kegagalan bank dapat memiliki dampak panjang yang mendalam terhadap perekonomian (Taswan, 2006).

Sebagai lembaga keuangan, aset terbesar yang dimiliki oleh bank umum adalah aset finansial. Semakin besar aset yang dimiliki sebuah bank, biasanya porsi aktiva tetapnya semakin kecil. Fungsi dan peranan bank umum dalam perekonomian adalah (Manurung, 2004:135) :

1. Penciptaan Uang

Uang yang diciptakan bank umum adalah uang giral, yaitu alat pembayaran melalui mekanisme pemindahbukuan (kliring).

2. Mendukung Kelancaran Mekanisme Pembayaran

Mekanisme yang dilakukan oleh bank umum dalam transaksi pembayaran antara lain kliring, transfer uang, penerimaan setoran-setoran dan lain-lain.

3. Penghimpunan Dana Simpanan

Dana yang paling banyak dihimpun oleh bank umum adalah dana simpanan. Di Indonesia dana simpanan terdiri dari atas giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan dan atau bentuk lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu.

4. Mendukung kelancaran transaksi Internasional

Bank umum sangat dibutuhkan untuk memudahkan dan atau memperlancar transaksi internasional, baik transaksi barang/jasa maupun transaksi modal.

5. Penyimpanan Barang-Barang dan Surat-Surat Berharga

Penyimpanan barang-barang berharga adalah salah satu jasa yang paling awal yang ditawarkan oleh bank umum.

6. Pemberian Jasa-Jasa Lainnya

Saat sekarang ini peranan perbankan semakin luas dan memudahkan masyarakat dalam bertransaksi seperti adanya ATM, Kartu Kredit dan sebagainya.

2.1.5 Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Perusahaan memiliki kewajiban sosial atas apa yang terjadi disekitar lingkungan masyarakat. Selain menggunakan dana dari pemegang saham, perusahaan juga menggunakan dana dari sumber daya lain yang berasal dari

masyarakat (konsumen) sehingga hal yang wajar jika masyarakat mempunyai harapan tertentu terhadap perusahaan.

Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Hasibuan (2001) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan 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.

Tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas pada kinerja keuangan perusahaan, tetapi juga harus bertanggung jawab terhadap masalah sosial yang ditimbulkan oleh aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Adapun Teuku

dan Imbuh (1997) dalam Nur Cahyonowati (2003) mendeskripsikan tanggung jawab sosial sebagai kewajiban organisasi yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat, tetapi juga mempertahankan kualitas lingkungan sosial maupun fisik, dan juga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan komunitas dimana mereka berada. Sedangkan menurut Ivan Sevic (Hasibuan, 2001) tanggung jawab sosial diartikan bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab pada tindakan yang mempengaruhi konsumen, masyarakat, dan lingkungan. Selain itu Weston dan Brigham (1990) menyatakan bahwa perusahaan harus berperan aktif dalam menunjang kesejahteraan masyarakat luas.

Dari ketiga pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial adalah suatu bentuk pertanggungjawaban yang seharusnya dilakukan perusahaan, atas dampak positif maupun dampak negatif yang ditimbulkan dari aktivitas operasionalnya, dan mungkin sedikit-banyak berpengaruh terhadap masyarakat internal maupun eksternal dalam lingkungan perusahaan. Selain melakukan aktivitas yang berorientasi pada laba, perusahaan perlu melakukan aktivitas lain, misalnya aktivitas untuk menyediakan lingkungan kerja yang aman bagi karyawannya, menjamin bahwa proses produksinya tidak mencemarkan lingkungan sekitar perusahaan, melakukan penempatan tenaga kerja secara jujur, menghasilkan produk yang aman bagi para konsumen, dan menjaga lingkungan eksternal untuk mewujudkan kepedulian sosial perusahaan.

2.1.6 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Hackston dan Milne, tanggung jawab sosial perusahaan sering disebut juga sebagai *corporate social responsibility* atau *social disclosure*,

corporate social reporting, social reporting merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005). Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi dalam hal ini perusahaan, di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray et.al, 1995 dalam Hasibuan, 2001).

Menurut Gray et.al dalam Sembiring (2005) ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat keuangan sebagai pemakai utama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan.

Pendekatan alternatif kedua dengan meletakkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan sekaligus merupakan sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut Murtanto (2006) dalam Media Akuntansi, pengungkapan kinerja perusahaan seringkali dilakukan secara sukarela (*voluntary disclosure*) oleh perusahaan. Adapun alasan-alasan perusahaan mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela antara lain:

1. *Internal Decision Making* : Manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektivitas informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan. Walaupun hal ini sulit diidentifikasi dan diukur, namun analisis secara sederhana lebih baik daripada tidak sama sekali.
2. *Product Differentiation* : Manajer perusahaan memiliki insentif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat. Akuntansi kontemporer tidak memisahkan pencatatan biaya dan manfaat aktivitas sosial perusahaan dalam laporan keuangan, sehingga perusahaan yang tidak peduli sosial akan terlihat lebih sukses dari pada perusahaan yang peduli. Hal ini mendorong perusahaan yang peduli sosial untuk mengungkapkan informasi tersebut sehingga masyarakat dapat membedakan mereka dari perusahaan lain.
3. *Enlightened Self Interest* : perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para stakeholder karena mereka dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

Pertanggungjawaban sosial berhubungan juga dengan *social contract theory*. Menurut teori ini, diantara bisnis perusahaan dan masyarakat terdapat suatu kontrak sosial yang secara implisit maupun eksplisit. Dimana dalam kontrak sosial, akuntansi sosial digunakan sebagai serangkaian teknik pengumpulan dan

pengungkapan data sehingga memungkinkan masyarakat untuk mengevaluasi kinerja sosial organisasi dalam memberi penilaian mengenai kelayakan operasi organisasi menurut Parker (2002) dalam Nur Cahyonowati (2003). Disamping itu, pertanggungjawaban perusahaan diperlukan untuk menilai apakah kegiatan perusahaan telah memenuhi ketentuan, standar, dan peraturan yang berlaku, misalnya mengenai polusi, kesehatan dan keselamatan, bahaya penggunaan bahan-bahan yang beracun.

Pada saat perusahaan mulai berinteraksi dan dekat dengan lingkungan luarnya (masyarakat), maka berkembang hubungan saling ketergantungan dan kesamaan minat serta tujuan antara perusahaan dengan lembaga sosial yang ada. Interaksi ini menyebabkan perusahaan tidak bisa lagi membuat keputusan atau kebijakan yang hanya menguntungkan pihaknya saja. Tetapi perusahaan juga harus memikirkan kebutuhan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (*stakeholder needs*). Jika tekanan dari *stakeholder* berpengaruh kuat terhadap kontinuitas dan kinerja perusahaan maka perusahaan harus bisa menyusun kebijakan sosial dan lingkungan yang terarah dan terlegitimasi (Nur Cahyonowati, 2003).

Di Indonesia, praktik pengungkapan tanggung jawab sosial atau CSR belum diatur oleh pemerintah maupun lembaga-lembaga yang berwenang. Sehingga, meskipun pelaporannya telah diwajibkan dalam banyak peraturan (*mandatory*), tetapi luas pengungkapan CSR adalah satu bentuk tanggung jawab sukarela (*voluntary*).

2.1.7 Pengungkapan Tanggung jawab Sosial oleh Lembaga Keuangan

Dibandingkan dengan sektor lain seperti sektor industri kimia, kertas dan kayu, sektor jasa keuangan mempunyai pengaruh langsung lingkungan yang secara signifikan lebih rendah. Hal inilah yang digunakan oleh beberapa peneliti sebagai suatu argumentasi untuk meniadakan sektor bank dan perusahaan keuangan dalam studinya, yang menganalisis semua variasi komponen dari pengungkapan tanggung jawab sosial (Archel Domench, 2003 dalam Branco, 2006). Bagaimanapun, terdapat argumen yang valid untuk memasukkan sektor perbankan dan keuangan. Thompson dan Cowton (2004) berargumen bahwa bank “dapat dilihat sebagai fasilitator dari aktivitas industri yang dapat menyebabkan kerusakan lingkungan”. Aktivitas dari sektor perbankan dan keuangan, seperti kebijakan pemijaman dan investasi dapat diperlakukan sama dengan *sensitive* lingkungan (*environmentally-sensitive*) ketika dibandingkan dengan pengaruh langsung dari perusahaan dalam industri manufaktur.

Tarna (1999) dalam penelitian tentang lingkungan pada 12 bank dan perusahaan asuransi menemukan bahwa target kelompok laporan tanggung jawab sosial adalah *stakeholders*, pelanggan, dan karyawan. Semua laporan mencakup informasi pada arus energi dan material yang disebabkan oleh operasi perusahaan (energi, kertas, air, barang sisa atau sampah, emisi) dan pada ekologi produk (manajemen resiko lingkungan yang berhubungan dengan produk keuangan dan produk lingkungan spesifik, seperti produk investasi etis atau hijau dan pembiayaan serta investasi pada proyek yang ramah lingkungan).

Penelitian yang telah memfokuskan pada praktek pengungkapan tanggung jawab sosial oleh lembaga keuangan masih langka (Hamid, 2004; Douglas *et al.*, 2004). Hamid (2004) mempelajari pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan oleh perusahaan keuangan dan bank di Malaysia dan menemukan bahwa pengungkapan tentang produk atau jasa lebih sering dibandingkan dengan pengungkapan yang berhubungan dengan lingkungan dan energi, sumber daya manusia atau masyarakat. Penemuan itu juga menyatakan bahwa *size*, *status listing* dan umur bisnis atau perusahaan secara positif berhubungan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan profitabilitas tidak signifikan, hal ini mensugestikan bahwa *legitimacy theory* mungkin dapat menjelaskan tentang pengungkapan tanggung jawab sosial oleh bank dan perusahaan keuangan di Malaysia.

Douglas, *et al.* (2004) menganalisis pengungkapan tanggung jawab sosial di dalam laporan tahunan dari 1998-2001 pada 6 bank di Irlandia dan 4 lembaga keuangan internasional dan pada *website* di tahun 2002 pada 6 bank Irlandia. Penemuan mereka menyatakan bahwa lembaga keuangan Irlandia lebih baik dibandingkan dengan bank dalam kaitannya dengan volume pengungkapan tanggung jawab sosial. Isu yang paling sering dilaporkan dalam laporan tahunan bank Irlandia adalah *corporate governance* sedangkan mengenai sumber daya manusia dan keterlibatan dengan masyarakat paling sedikit dilaporkan. Mengenai lembaga keuangan internasional, yang paling sering dilaporkan dalam laporan tahunan adalah keterlibatan dengan masyarakat, *corporate governance*, dan sumber daya manusia.

Tidak ada satupun bank Irlandia membuat suatu pengungkapan kebijakan lingkungan, yang menggambarkan perbedaan penting lainnya antara dua sample tersebut. Penelitian mereka juga menyatakan bahwa bank Irlandia mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial lebih banyak pada *website*-nya dibandingkan dalam laporan tahunannya.

Walaupun tidak memfokuskan pada perusahaan perbankan dan keuangan, penelitian lainnya juga mencakup pada sample tersebut dan memberikan hasil yang menarik (Zeghal dan Ahmed, 1990; Tsang, 1998; Clarke dan Gibson-Sweet, 1999; Abu-Baker dan Naser, 2000). Zeghal dan Ahmed (1990) meneliti tiga media pengungkapan tanggung jawab sosial oleh bank dan industri minyak tanah: laporan tahunan, iklan, dan brosur. Mereka menemukan bahwa sumber daya manusia merupakan kategori pengungkapan yang paling penting dalam laporan keuangan bank, sedangkan iklan merupakan produknya dan brosur merupakan keterlibatan dengan masyarakat.

Tsang (1998) menganalisis praktek pengungkapan tanggung jawab sosial pada industri perbankan, makanan dan minuman, dan hotel di Singapura, menemukan bahwa industri perbankan mempunyai proporsi tertinggi dalam mengungkapkan informasi pengungkapan tanggung jawab sosial, tetapi mereka mengungkapkan tentang informasi kualitas yang lebih sedikit dibandingkan dengan industri lain. Abu Baker dan Naser (2000) menemukan bahwa semua perusahaan dalam industri perbankan dan asuransi mengungkapkan informasi tentang sumber daya manusia dan keterlibatannya dengan masyarakat.

Dibandingkan dengan gudang atau toko, bank akan mempertimbangkan untuk membuat pengungkapan mengenai keterlibatan dengan masyarakat (Clarke dan Gibson-Sweet, 1999). Hubungan itu telah dijelaskan dengan argumentasi bahwa dari kedua sektor itu mempunyai nama yang sangat dikenali oleh masyarakat luas “terima kasih atas kehadiran mereka”, “membentuk penciptaan dan pemeliharaan *goodwill* dalam masyarakat lokal adalah sangat penting” (Clarke dan Gibson-Sweet, 1999), tapi mereka menemukan bahwa bank mempunyai tingkat pengungkapan lingkungan yang lebih rendah dibandingkan dengan gudang atau toko, yang dihubungkan dengan fakta bahwa penjualan eceran mempunyai dampak lingkungan dan dirasakan sebagai issue mengenai lingkungan yang akan dapat menarik pelanggan hijau (*green consumer*), sektor perbankan dirasakan sebagai “suatu aktivitas dengan dampak lingkungan yang kecil” (Clarke dan Gibson-Sweet, 1999).

2.1.8 Corporate Governance

Pengertian dari *Good Corporate Governance* sangat luas. Secara teoritis konsep *Good Corporate Governance* bukan sesuatu yang baru bagi manajemen perusahaan, tetapi di Indonesia konsep ini menjadi fenomena baru dalam tata kelola perusahaan sejak pasca krisis tahun 1997.

Istilah *corporate governance* pada satu negara dengan negara lain berbeda-beda. Hal ini disebabkan karena struktur *corporate governance* dipengaruhi oleh beberapa faktor terutama teori korporasi yang dianut, budaya dan sistem hukum yang berlaku, latar belakang budaya masyarakat, sejarah ekonomi dan politik.

Tarik menarik antara faktor ini menghasilkan struktur yang berbeda-beda pada perusahaan diberbagai negara.

Dalam konteks perusahaan, istilah *corporate governance* disamakan dengan kewajiban direksi kepada perusahaan untuk menjamin bahwa dirinya akan memenuhi semua kewajibannya sesuai dengan kewajiban yang dibebankan kepadanya dan juga menjamin bahwa kegiatan bisnis perusahaan tersebut akan dilaksanakan hanya demi kepentingan perusahaan semata.

Pengertian *corporate governance* mengacu pada suatu prosedur yang dibuat dalam perusahaan yang memberikan kewenangan pada direksi untuk memberitahukan tentang fakta-fakta material keadaan investor dan *stakeholder* lain dan membuat keputusan yang efisien dan akurat dalam perusahaan. Dengan kata lain adalah menggambarkan tentang serangkaian aturan hukum yang mengatur tentang kewenangan dan kewajiban direksi, *officer*, dan pemegang saham.

Menurut Sutan Remy Sjahdeini, *corporate governance* adalah suatu konsep yang menyangkut struktur perseroan, pembagian tugas, pembagian kewenwngan dan pembagian beban tanggung jawab dari masing-masing unsur yang membentuk struktur perseroan dan mekanisme yang harus ditempuh oleh masing-masing unsur dari struktur perseroan. Mulai dari Rapat Umum Pemegang Saham, direksi, komisaris juga mengatur hubungan-hubungan antara unsurunsur dari struktur perseroan dengan unsur-unsur diluar perseroan yang pada hakikatnya merupakan *stakeholder* dari perseroan, yaitu negara yang sangat berkepentingan

akan perolehan pajak, dan masyarakat luas yang meliputi para investor publik perseroan, calon investor, kreditor dan calon kreditor perseroan.

Corporate governance juga dapat diartikan sebagai suatu hal yang berkaitan dengan pengambilan keputusan yang efektif yang bersumber dari budaya perusahaan, etika, sistem nilai, proses bisnis, kebijakan, dan struktur organisasi yang bertujuan untuk mendorong :

- a. Pertumbuhan kinerja perusahaan.
- b. Pengelolaan sumber daya dan risiko secara lebih efisien dan efektif.
- c. Pertanggungjawaban perusahaan kepada pemegang saham dan *stakeholder* lainnya.

Tidak ada satu definisi yang universal tentang konsep *corporate governance*. Pengertian ini hanya dikaitkan dengan kewajiban direksi terhadap perusahaannya, yang mengacu pada pengarahannya dan pengendalian yang berdasarkan pada sistem pertanggungjawaban dan akuntabilitas *board* secara kolektif. Walaupun tidak ada definisi yang universal, tetapi setiap negara memiliki kode tersendiri yang mengatur bagaimana perusahaan itu dikelola dan diarahkan demi kepaentingan perusahaan itu sendiri.

Good Corporate Governance (GCG) merupakan tata kelola perusahaan yang memiliki agenda yang lebih luas lagi dimasa yang akan datang. Fokus dari akuntabilitas perusahaan yang semula masih terkonsentrasi atau berorientasi pada para pemegang saham (*stockholder*), sekarang menjadi lebih luas dan untuk tata kelola perusahaan juga harus memperhatikan kepentingan *stakeholder*. Akibat

yang muncul dari pergeseran paradigma ini, tata kelola perusahaan harus mempertimbangkan masalah *corporate social responsibility* (CSR).

Kebijakan dan tata kelola suatu perusahaan pada masa mendatang harus lebih memperhatikan kebutuhan dari para stakeholder (Murtanto, 2005;4). Pengungkapan (*disclosure*) terhadap aspek ekonomi (*economic*), lingkungan (*environmental*), dan sosial (*social*) sekarang ini menjadi cara bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan bentuk akuntabilitasnya kepada *stakeholder*. Hal ini dikenal dengan nama *sustainability reporting* atau *triple bottom line reporting* yang direkomendasikan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI).

Salah satu bagian terpenting dalam *Good Corporate Governance* di perbankan adalah komitmen penuh dari seluruh jajaran pengurus bank hingga pegawai yang terendah untuk melaksanakan ketentuan tersebut. Oleh karena itu seluruh karyawan wajib untuk menjunjung tinggi prinsip *Good Corporate Governance* menganut prinsip keterbukaan (*transparency*), memiliki ukuran kinerja dari semua jajaran bank berdasarkan ukuran-ukuran yang konsisten dengan *corporate values*, sasaran usaha dan strategi bank sebagai pencerminan akuntabilitas bank (*accountability*), berpegang pada *prudential banking practices* dan menjamin dilaksanakannya ketentuan yang berlaku sebagai wujud tanggung jawab bank (*responsibility*), objektif dan bebas dari tekanan pihak manapun dalam pengambilan keputusan (*independency*), serta senantiasa memperhatikan kepentingan seluruh *stakeholders* berdasarkan *azas* kesetaraan dan kewajaran (*fairness*) atau biasa disingkat dengan TARIF (Komite Nasional Kebijakan *Corporate Governance*, Januari 2004).

Penelitian ini fokus pada elemen Corporate Governance secara struktural dan bukan fokus pada mekanisme Corporate Governance. Dalam (PBI) Nomor 8/4/2006 diatur sedemikian rupa struktur Corporate Governance yang diwajibkan bagi seluruh bank umum di Indonesia. Struktur yang dimaksud itu sendiri adalah elemen-elemen fungsional yang merupakan alat guna menciptakan keadaan Good Corporate Governance di dalam suatu bank. Contoh elemen struktur CG antara lain Dewan Komisaris, Direksi, Komite-komite di bawah komisaris, juga susunan *stakeholder* perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Khan (2010) mencoba untuk menjelaskan pengaruh elemen-elemen corporate governance terhadap luas pengungkapan CSR bank-bank swasta di Bangladesh. Hasilnya adalah bahwa corporate governance secara keseluruhan mempengaruhi luas pengungkapan CSR secara positif. Elemen dari corporate governance berupa proporsi direktur non-eksekutif dan proporsi direktur non-Bangladesh dalam dewan direksi mempengaruhi luas pengungkapan CSR secara signifikan, sementara proporsi direktur wanita tidak mempengaruhi secara signifikan oleh karena pemberdayaan wanita di Bangladesh merupakan hal baru.

Sementara itu di Indonesia dengan sistem dewan direksi yang berbeda, telah dilakukan beberapa penelitian yang mengkaji hubungan antara elemen corporate governance dan pengungkapan CSR. Mulia (2010) meneliti pengaruh ukuran dewan komisaris, komisaris independen, konsentrasi kepemilikan tidak mempengaruhi luas pengungkapan sosial, sedangkan independensi komite audit

berpengaruh secara negatif dan faktor kepemilikan pemerintah berpengaruh positif.

Sementara itu Waryanto (2010) yaitu bahwa elemen-elemen corporate governance; ukuran dewan komisaris, jumlah rapat dewan komisaris, independensi dewan komisaris, ukuran komite audit, jumlah rapat komite audit, kompetensi komite audit, kepemilikan saham institusional, kepemilikan saham manajerial, kepemilikan saham asing dan kepemilikan saham terkonsentrasi bersama dengan ukuran perusahaan dan leverage hanya mempengaruhi pengungkapan CSR sebesar 41,7%. Dengan demikian elemen-elemen corporate governance belum dapat meningkatkan pengungkapan CSR dengan optimal.

Beberapa penelitian mengenai pengaruh corporate governance terhadap luas pengungkapan sosial antara lain Fahrizqi (2010) menyebutkan dalam penelitiannya bahwa ukuran dewan komisaris tidak mempengaruhi pengungkapan CSR. Hasil berbeda lagi dinyatakan oleh Sumedi (2010) bahwa kepemilikan institusional mempengaruhi secara signifikan, sedangkan kepemilikan asing tidak mempengaruhi secara signifikan. Sedangkan Nurkhin (2009) dalam penelitiannya menemukan hasil bahwa elemen corporate governance sebagai variabel independen yaitu proporsi dewan komisaris independen mempengaruhi luas pengungkapan CSR secara positif signifikan, sementara kepemilikan institusional tidak mempengaruhi secara signifikan. Puspitasari pada tahun 2009 menemukan hasil penelitian bahwa kepemilikan asing dan kepemilikan publik berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR. Anggraini (2006) mengungkapkan bahwa kepemilikan manajemen juga menjadi satu pertimbangan positif

pengungkapan tanggung jawab sosial. Ukuran dewan komisaris juga diteliti pengaruhnya oleh Sembiring pada tahun 2005 dan hasilnya positif terhadap luas pengungkapan CSR.

Berikut adalah ringkasan beberapa penelitian terdahulu terkait dengan elemen-elemen *corporate governance*, luas pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) dan beberapa variabel lain yang terkait:

Tabel 3.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

Peneliti	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
Cahya (2010)	Ukuran Perusahaan dan Leverage, ROA	Analisis Regresi	Ukuran perusahaan dan leverage berpengaruh positif, tetapi ROA tidak mempengaruhi secara signifikan luas pengungkapan CSR pada Bank di Indonesia.
Fahrizqi (2010)	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris,	Analisis Regresi	Ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif, sedangkan leverage dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
Khan (2010)	Ukuran Dewan Direksi Non-eksekutif, Proporsi Direktur Wanita, Proporsi Kepemilikan Asing	Analisis Regresi	Ukuran direktur non-eksekutif dan kepemilikan asing berpengaruh positif, tetapi proporsi direktur wanita tidak berpengaruh signifikan.

Mulia (2010)	Ukuran Dewan Komisaris, Komisaris Independen, Independensi Komite Audit, Konsentrasi Kepemilikan, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Asing, Kepemilikan Pemerintah	Analisis Regresi	Ukuran dewan komisaris , komisaris independen, konsentrasi kepemilikan, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan asing tidak berpengaruh signifikan, sementara independensi komite audit berpengaruh secara negatif, dan kepemilikan pemerintah berpengaruh secara positif terhadap luas pengungkapan CSR.
Waryanto (2010)	Ukuran Dewan Komisaris, Jumlah Rapat Dewan Komisaris, Independensi Dewan Komisaris, Ukuran Komite Audit, Jumlah Rapat Komite Audit, Kompetensi Komite Audit, Kepemilikan Saham Institusional, Kepemilikan Saham Manajerial, Kepemilikan Saham Asing Dan Kepemilikan Saham Terkonsentrasi	Analisis Regresi Berganda	Secara parsial, hanya kepemilikan terkonsentrasi yang berpengaruh signifikan positif, sementara variabel independen lain tidak berpengaruh signifikan. Variabel-variabel independen bersama dengan ukuran perusahaan dan leverage hanya mempengaruhi pengungkapan CSR sebesar 41,7%. Dengan demikian elemen-elemen corporate governance belum dapat meningkatkan pengungkapan CSR

Nurkhin (2009)	Kepemilikan institusional, Komisaris independen, ROE, Ukuran perusahaan	Analisis Regresi	Kepemilikan institusional tidak mempengaruhi, dewan komisaris independen mempengaruhi secara positif, ROE mempengaruhi secara positif, Ukuran perusahaan mempengaruhi secara positif luas pengungkapan CSR.
Puspitasari (2009)	Kepemilikan Asing, Kepemilikan Publik, Tipe Industri, Ukuran, Profitabilitas	Analisis Regresi Berganda	Kepemilikan asing dan publik berpengaruh positif, tipe industri dan ukuran berpengaruh signifikan, profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan CSR
Zaenuddin (2007)	Ukuran Perusahaan, ROA, Tipe Industri	Analisis Regresi Berganda	Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan, ROA berpengaruh negatif, tipe industri berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR.
Anggraini (2006)	Kepemilikan Manajemen, Leverage, Firm Size, Tipe Industri, Profitabilitas	Analisis Regresi Berganda	Kepemilikan manajemen dan tipe industri menjadi bahan pertimbangan untuk pengungkapan CSR. Sebagian besar perusahaan mengungkapkan kinerja ekonomi karena telah diatur di dalam PSAK 57.
Sembiring (2005)	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Industry Profile, Ukuran Dewan Komisaris, Leverage	Analisis Regresi Berganda	Secara simultan, variabel independen mempengaruhi luas pengungkapan CSR. Secara parsial hanya ukuran perusahaan, industry profile, dan ukuran dewan komisaris yang berpengaruh signifikan.

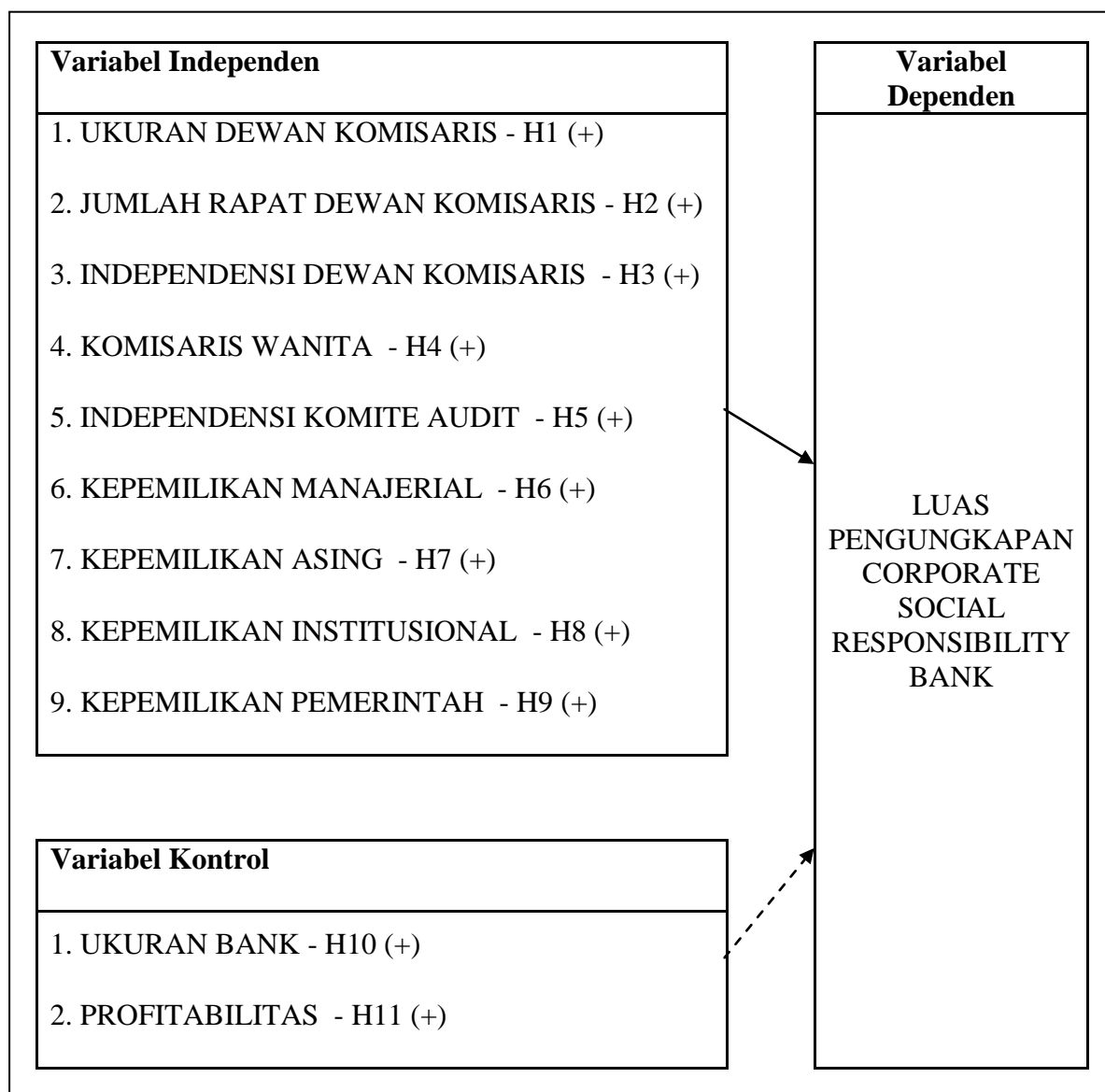
Sumber: Berbagai Penelitian Terdahulu

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan pustaka beberapa penelitian terdahulu, maka peneliti mengindikasikan faktor Good Corporate Governance dalam hal ini dilihat dari ukuran dewan komisaris, jumlah rapat dewan komisaris, independensi dewan komisaris, jumlah dewan komisaris wanita, independensi anggota komite audit, konsentrasi kepemilikan saham, kepemilikan manajerial, kepemilikan asing, dan kepemilikan pemerintah sebagai variabel independen, serta ukuran dan profitabilitas sebagai variabel kontrol yang mempengaruhi luas pengungkapan sosial (CSR).

Untuk membantu dalam memahami dinamika variabel-variabel di atas, maka diperlukan suatu kerangka pemikiran. Dari landasan teori yang telah diungkapkan di atas, disusun hipotesis yang merupakan alur pikiran peneliti, kemudian digambarkan dalam kerangka penelitian yang disusun sebagai berikut:

Gambar 3.1
Skema Kerangka Pemikiran



2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Elemen Corporate Governance dan Pengaruhnya terhadap Luas Pengungkapan CSR

2.4.1.1 Ukuran Dewan Komisaris dan Pengaruhnya terhadap Luas Pengungkapan CSR

Dewan Komisaris merupakan elemen paling penting dalam mekanisme corporate governance. Rahmawati (2010) menyatakan bahwa implementasi dari *corporate governance* dilakukan oleh semua pihak dalam perusahaan, dengan aktor utamanya adalah manajemen puncak perusahaan yang berwenang untuk menetapkan kebijakan perusahaan dan mengimplementasikan kebijakan tersebut.

Dewan komisaris dalam suatu perusahaan lebih ditekankan pada fungsi monitoring dari implementasi kebijakan direksi. Peran komisaris ini diharapkan akan meminimalisir permasalahan agensi yang timbul antara dewan direksi dengan pemegang saham. Oleh karena itu dewan komisaris seharusnya dapat mengawasi kinerja dewan direksi sehingga kinerja yang dihasilkan sesuai dengan kepentingan pemegang saham. Dewan Komisaris memegang peranan penting dalam mengarahkan strategi dan mengawasi jalannya perusahaan serta memastikan bahwa para manajer benar-benar meningkatkan kinerja perusahaan sebagai bagian daripada pencapaian tujuan perusahaan. Yang terpenting dalam hal ini adalah kemandirian komisaris dalam pengertian bahwa Dewan Komisaris harus memiliki kemampuan untuk membahas permasalahan tanpa campur tangan manajemen, dilengkapi dengan informasi yang memadai untuk mengambil keputusan, dan berpartisipasi secara aktif dalam penetapan agenda dan strategi.

Dewan Komisaris merupakan inti dari Corporate Governance yang ditugaskan untuk menjamin pelaksanaan strategi perusahaan, mengawasi manajemen dalam mengelola perusahaan, serta mewajibkan terlaksananya akuntabilitas.

Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas Pasal 108 Ayat (5) mengatur anggota dewan komisaris perusahaan terbuka termasuk diantaranya bank-bank yang telah *listing* di BEI:

“Perseroan yang kegiatan usahanya menghimpun dan/ atau mengelola dana masyarakat, Perseroan yang menerbitkan surat pengakuan utang kepada masyarakat, atau perseroan terbuka memerlukan pengawasan dengan jumlah anggota dewan komisaris yang lebih besar karena menyangkut kepentingan masyarakat.”

Sementara itu Menurut peraturan Bank Indonesia Nomor 8/4/PBI/2006 tentang Pelaksanaan *Good Corporate Governance*, jumlah anggota dewan Komisaris pada perusahaan perbankan paling kurang 3 (tiga) orang dan paling banyak sama dengan jumlah anggota Direksi.

Beberapa penelitian sebelumnya menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran dewan yang besar tidak bisa melakukan koordinasi, komunikasi, dan pengambilan keputusan yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki dewan yang kecil sehingga nilai perusahaan yang memiliki dewan yang banyak lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki direksi lebih sedikit. Akan tetapi Mulia (2010) menyatakan adanya hubungan positif antara ukuran dewan dengan kinerja perusahaan, selain itu Sembiring (2005) serta Sulastini (2007 dalam Waryanto, 2010) juga telah melakukan penelitian yang membuktikan bahwa Ukuran Dewan Komisaris mempengaruhi luas pengungkapan CSR secara positif.

2.4.1.2 Jumlah Rapat Dewan Komisaris dan Pengaruhnya terhadap Luas Pengungkapan CSR

Rapat dewan komisaris adalah suatu proses yang dilakukan oleh dewan komisaris dalam pengambilan keputusan mengenai kebijakan perusahaan. Dalam rapat dewan komisaris (board process) terdapat beberapa suara yang akan diambil menjadi suatu keputusan bulat dengan musyawarah mufakat. Proses pengambilan keputusan ini adalah proses paling penting dalam menentukan efektivitas dewan komisaris dalam melakukan kegiatan pengendalian dan pengawasan (Muntoro, 2006 dalam Waryanto 2010). Rapat dewan komisaris merupakan media komunikasi dan koordinasi antar anggota dewan dalam melaksanakan setiap tugasnya sebagai pengawas manajemen. Rapat tersebut akan membahas setiap masalah mengenai arah dan strategi perusahaan, evaluasi kebijakan yang telah diambil manajemen, serta mengatasi masalah benturan-benturan kepentingan. Oleh karena itu, dengan semakin sering dewan komisaris mengadakan rapat diharapkan mekanisme pengawasan perusahaan dapat dilakukan dengan baik.

Meskipun penelitian yang dilakukan oleh Waryanto (2010) tidak berhasil menemukan pengaruh Rapat Dewan Komisaris terhadap pengungkapan CSR, tetapi penelitian Mizrawati (2009) dan Xie et. Al (2003) dalam Waryanto (2010) menemukan bahwa semakin sering dewan komisaris mengadakan pertemuan, maka akrual kelolaan perusahaan menjadi semakin kecil. Hal ini berarti semakin sering dewan komisaris mengadakan rapat, maka fungsi pengawasan terhadap manajemen akan semakin efektif. Dan dengan begitu maka pengungkapan CSR

juga akan menjadi semakin luas sebagai pertanggungjawaban terhadap dewan komisaris.

2.4.1.3 Independensi Dewan Komisaris dan Pengaruhnya terhadap Luas Pengungkapan CSR

Komisaris Independen merupakan anggota komisaris yang berasal dari luar perusahaan (tidak memiliki hubungan afiliasi dengan perusahaan) yang dipilih secara transparan dan independen, memiliki integritas dan kompetensi yang memadai, bebas dari pengaruh yang berhubungan dengan kepentingan pribadi atau pihak lain, serta dapat bertindak secara objektif dan independen dengan berpedoman pada prinsip-prinsip *good corporate governance* (*transparency, accountability, responsibility, fairness*).

Keberadaan Komisaris Independen dimaksudkan untuk menciptakan iklim yang lebih objektif dan independen, dan juga untuk menjaga “*fairness*” serta mampu memberikan keseimbangan antara kepentingan pemegang saham mayoritas dan perlindungan terhadap kepentingan pemegang saham minoritas, bahkan kepentingan para *stakeholders* lainnya sekaligus “*the interest of the whole company*”. Oleh karena itu, dalam menjalankan fungsinya, komisaris independen sangat membutuhkan informasi yang akurat dan berkualitas untuk memonitoring jalannya operasi perusahaan (Rahmawati, 2010).

Beberapa penelitian seperti Said et. al. (2009), Mulia (2010), serta Waryanto (2010) mengemukakan bahwa independensi dewan komisaris tidak dapat mempengaruhi luas pengungkapan CSR secara signifikan. Akan tetapi Muntoro dalam penelitiannya pada tahun 2006 menyatakan bahwa Komisaris

Independen diperlukan untuk meningkatkan independensi Dewan Komisaris terhadap pemilik saham mayoritas sehingga dapat memangku kepentingan perusahaan di atas kepentingan lainnya. Kepentingan perusahaan sangat erat kaitannya dengan seluruh stakeholder perusahaan. Oleh karena itu semakin besar Independensi Dewan Komisaris maka pengungkapan CSR juga akan semakin besar demi kepentingan perusahaan.

2.4.1.4 Komisaris Wanita dan Pengaruhnya terhadap Luas Pengungkapan CSR

Berdasarkan penelitian Khan pada tahun 2010, dinyatakan bahwa keberagaman dalam dewan direksi akan membawa dampak positif bagi kinerja, disebabkan oleh perbedaan latar belakang dan pemikiran direksi. Selain itu keberagaman dalam direksi juga akan meningkatkan independensi dewan secara tidak langsung.

Eksistensi wanita sebagai anggota dewan komisaris juga menjadi satu pengaruh signifikan dalam keberagaman dewan komisaris (Carter et al, 2003). Meskipun Khan belum dapat menemukan pengaruh komisaris wanita dengan pengungkapan CSR, tetapi Adams dan Ferreira dalam Khan (2010) mengungkapkan keberhasilan dewan lebih tinggi dengan adanya anggota dewan wanita, karena wanita akan meningkatkan jumlah rapat dan kehadiran.

2.4.1.5 Independensi Komite Audit dan Pengaruhnya terhadap Luas Pengungkapan CSR

Komite audit berperan dalam melakukan review terhadap proses data finansial dan review pengendalian internal. Komite audit merupakan komite yang

dibentuk oleh dewan komisaris, yang bertugas untuk membantu dewan komisaris dalam melaksanakan tugasnya.

Di Indonesia keberadaan komite audit merupakan sebuah kewajiban, diatur dalam Pedoman Umum GCG yang dikeluarkan oleh KNKG (2006):

“Bagi perusahaan yang sahamnya tercatat di bursa efek, perusahaan negara, perusahaan daerah, perusahaan yang menghimpun dan mengelola dana masyarakat, perusahaan yang produk atau jasanya digunakan oleh masyarakat luas, erta perusahaan yang mempunyai dampak luas terhadap kelestarian lingkungan, sekurang-kurangnya harus membentuk Komite Audit.”

Meskipun Mulia dalam penelitiannya pada tahun 2010 menemukan hasil bahwa independensi komite audit berpengaruh negatif terhadap luas pengungkapan CSR, namun beberapa penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa komite audit memainkan peran efektif dalam meningkatkan standar corporate governance. Said *et. al.* (2009) menemukan bahwa komposisi komite audit berkaitan dengan pelaporan keuangan. Sementara Forker dalam Said *et al.* (2009) menyatakan bahwa keberadaan komite audit dengan proporsi anggota independen yang lebih besar dapat mengurangi agency cost dan meningkatkan pengendalian internal yang nantinya mengarah pada kualitas pengungkapan yang lebih baik.

2.4.1.6 Kepemilikan Manajerial dan Pengaruhnya terhadap Luas Pengungkapan CSR

Kepemilikan perusahaan merupakan salah satu upaya yang dapat digunakan agar pengelola melakukan aktivitas sesuai dengan kepentingan pemilik perusahaan. Teori keagenan menyatakan bahwa masalah principal-agent antara

shareholder dan manajemen muncul ketika manajemen memiliki kepemilikan yang sedikit di dalam perusahaan. Meningkatkan kepemilikan manajerial dapat digunakan sebagai cara untuk mengatasi masalah keagenan dan juga menyelaraskan kepentingan antara shareholder dengan manajemen (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Huafang dan Jianguo, 2007). Teori keagenan memprediksi bahwa adanya asosiasi positif antara kepentingan manajemen dengan luas pengungkapan sukarela. Semakin besar kepemilikan manajemen dalam suatu perusahaan maka manajemen akan cenderung lebih giat mengusahakan kepentingan shareholder yang adalah dirinya sendiri. Pengungkapan CSR yang semakin luas akan meningkatkan image perusahaan, dan semakin bagus image perusahaan maka harapannya adalah semakin besar laba yang diperoleh perusahaan sehingga return pemegang saham pun akan semakin besar.

Meskipun Said et. al. (2009), Mulia (2010) dan Waryanto (2010) tidak dapat menemukan pengaruh signifikan, tetapi berapa penelitian yang lain membuktikan bahwa semakin besar proporsi kepemilikan manajerial maka pengungkapan CSR akan semakin luas. Anggraini (2006) menemukan bahwa perusahaan dengan kepemilikan manajerial yang besar akan termasuk dalam perusahaan dengan risiko politis yang tinggi (high-profile), cenderung mengungkapkan informasi sosial yang lebih dibanding perusahaan lain.

2.4.1.7 Kepemilikan Asing dan Pengaruhnya terhadap Luas Pengungkapan CSR

Kepemilikan asing (foreign ownership) adalah jumlah saham perusahaan yang dimiliki oleh pihak asing. Perusahaan dengan kepemilikan asing utamanya

melihat keuntungan legitimasi berdasar dari para stakeholdernya, dimana secara tipikal berdasarkan atas home market (pasar tempat beroperasi) yang dapat memberikan eksistensi tinggi dalam jangka panjang. Pengungkapan tanggung jawab sosial adalah salah satu media yang dipilih untuk memperlihatkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat di sekitar. Dengan kata lain bila perusahaan memiliki kontrak dengan pemegang kepentingan asing (foreign stakeholder) maka perusahaan akan lebih didukung dalam melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial.

Mulia (2010) dan Waryanto (2010) gagal menemukan pengaruh kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR di Indonesiabegitu juga Said (2009) di Malaysia, tetapi sebaliknya penelitian Puspitasari (2009) menemukan bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2.4.1.8 Kepemilikan Institusional dan Pengaruhnya terhadap Luas Pengungkapan CSR

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan oleh institusi keuangan, seperti perusahaan asuransi, bank, dana pensiun, dan *asset management*. Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi perilaku *opportunistic* manajer. Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen (Arif, 2006 dalam Nurkhin, 2009).

Nurkhin (2009) serta Machmud, Novita dan Djakman (2008) dalam penelitian mereka mendapatkan hasil bahwa kepemilikan institusional yaitu

lembaga-lembaga keuangan tidak dapat mempengaruhi luas pengungkapan CSR secara signifikan. Akan tetapi Anggraini (2006) menyatakan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Penjelasan tersebut memberikan pemahaman bahwa dengan tingkat kepemilikan institusional yang semakin tinggi akan meningkatkan tingkat pengawasan dan tuntutan terhadap manajemen. Sebagai alat untuk pencapaian tujuan perusahaan, pengungkapan CSR adalah salah satu aktivitas perusahaan yang dimonitor oleh pemilik saham institusi.

2.4.1.9 Kepemilikan Pemerintah dan Pengaruhnya terhadap Luas Pengungkapan CSR

Intervensi pemerintah dalam kepemilikan di perusahaan dapat memberi tekanan pada perusahaan untuk mengungkapkan lebih banyak informasi, karena pemerintah merupakan badan yang dipercaya oleh rakyat. Pemerintah juga yang berperan sebagai regulator, dan apabila regulator memiliki proporsi kepemilikan dalam perusahaan maka dia memiliki kekuatan untuk menekan perusahaan tersebut dalam melaksanakan setiap peraturan pemerintah dalam hal ini mengenai CSR dan pengungkapannya.

Penelitian Ghazali dan Wheetman dalam Said et. al. (2009) dan juga Huafang dan Jianguo (2007) menunjukkan bahwa kepemilikan pemerintah tidak signifikan dalam menjelaskan luas pengungkapan sukarela. Akan tetapi penelitian Mulia pada tahun 2010 mendapatkan hasil bahwa pelaksanaan kepemilikan

pemerintah memberi pengaruh positif secara signifikan terhadap luas pengungkapan CSR.

2.4.2 Variabel Kontrol

2.4.2.1 Ukuran Bank dan Pengaruhnya terhadap Luas Pengungkapan CSR

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. Oleh karena itu perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mengurangi biaya keagenan tersebut (Fahrizqi, 2010).

Banyak penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan positif kedua variabel ini antara lain Cahya (2010), Fahrizqi (2010), Nurkhin (2009) dan Sembiring (2005). Oleh karena itu ukuran bank dijadikan salah satu variabel yang mempengaruhi luas pengungkapan CSR secara positif.

2.4.2.2 Profitabilitas dan Pengaruhnya terhadap Luas Pengungkapan CSR

Heinze (1976) dalam Gray *et.al.* (1995) dalam Cahya (2010) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Semakin tinggi profitabilitas maka pertanggungjawaban kepada masyarakat sebagai pemberi kontribusi laba juga semakin besar. Untuk menjaga kepercayaan stakeholder, maka semakin tinggi

tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Meskipun penelitian Cahya (2010), Puspitasari (2009) dan juga Hackston dan Milne (1996) tidak mendapatkan pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, akan tetapi beberapa penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR di Indonesia memberi hasil positif antara lain Nurkhin (2009) dan Fahrizqi (2010). Oleh karena itu di penelitian ini, profitabilitas juga dijadikan salah satu variabel kontrol dengan pengaruh terhadap luas pengungkapan CSR positif.

2.5 Hipotesis

Maka bila diurutkan, sembilan hipotesis yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

H1: Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR bank.

H2: Jumlah Rapat Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR.

H3: Independensi Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR.

H4: Komisaris Wanita berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR.

H5: Independensi Komite Audit berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR.

H6: Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR.

H7 : Kepemilikan Asing berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR.

H8 : Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR.

H9 : Kepemilikan Pemerintah berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR.

H10 : Ukuran Bank berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR.

H11 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian

Penelitian ini menganalisis secara empiris pengaruh elemen-elemen Corporate Governance terhadap luas pengungkapan CSR pada Laporan Tahunan bank. Oleh karena itu perlu dilakukan pengujian atas hipotesis-hipotesis yang telah diajukan. Pengujian hipotesis dilakukan menurut metode penelitian dan analisis yang dirancang sesuai dengan variabel-variabel yang diteliti agar mendapatkan hasil yang akurat.

3.1.1 Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah luas pengungkapan CSR pada laporan keuangan tahunan bank yang dinyatakan dalam *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI). Kategori jumlah pengungkapan informasi tanggung jawab sosial berdasar GRI yang dimodifikasi untuk industri yang bergerak di bidang keuangan dari penelitian Branco dan Rodrigues (2006) serta Hackston dan Milne (1996) dalam Yuniarti (2007):

- a) Lingkungan (*Environment*), terdiri dari 6 item;
- b) Energi (*Energy*), terdiri dari 3 item;
- c) Sumber Daya Manusia (*Human Resources*), terdiri dari 25 item;
- d) Produk dan Pelanggan (*Products and Consumers*), terdiri dari 7 item;

e) Keterlibatan Komunitas atau Masyarakat (*Community Involvement*), terdiri dari 10 item; dan

f) Umum (*Others*), terdiri dari 2 item.

Metode analisis isi (*content analysis*) digunakan untuk mengukur pengungkapan CSR. Pengukuran pengungkapan CSR tersebut dilakukan dengan cara mengamati ada tidaknya suatu item informasi yang ditentukan dalam laporan tahunan, apabila item informasi tidak ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 0, dan jika item informasi yang ditentukan ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 1. Pengungkapan sosial menunjukkan seberapa luas butir-butir pengungkapan yang disyaratkan telah diungkapkan.

Indeks luas pengungkapan CSR (CSRI) pada perusahaan t dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{CSRI} = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{63}$$

3.1.2 Variabel Bebas (Independen)

3.1.2.1 Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran Dewan Komisaris yang dimaksud di sini adalah jumlah anggota dewan komisaris yang bertanggung jawab mengawasi perusahaan baik yang berasal dari internal maupun eksternal perusahaan (Beiner *et al*, 2003). Menurut peraturan Bank Indonesia Nomor 8/4/PBI/2006 tentang Pelaksanaan *Good Corporate Governance*, jumlah anggota dewan Komisaris pada perusahaan perbankan paling kurang 3 (tiga) orang dan paling banyak sama dengan jumlah

anggota Direksi. Dewan Komisaris terdiri dari Komisaris dan Komisaris Independen.

$$\text{Ukuran Dewan Komisaris} = \text{Jumlah seluruh anggota dewan komisaris bank}$$

3.1.2.2 Jumlah Rapat Dewan Komisaris

Jumlah Rapat Dewan Komisaris merupakan jumlah rapat atau pertemuan internal yang dilakukan oleh Dewan Komisaris dalam satu tahun.

$$\text{Jumlah Rapat Dewan Komisaris} = \frac{\text{Jumlah rapat yang dilakukan Dewan Komisaris dalam satu tahun}}{\text{Jumlah seluruh anggota dewan komisaris bank}}$$

3.1.2.3 Independensi Dewan Komisaris

Independensi Dewan Komisaris merupakan rasio persentase antara jumlah komisaris yang berasal dari luar perusahaan (komisaris independen) terhadap total jumlah anggota dewan komisaris perusahaan. Menurut Peraturan Bank Indonesia nomor 8/4/PBI/2006 tentang Pelaksanaan *Good Corporate Governance*, setengah dari anggota komisaris pada bank merupakan komisaris independen.

$$\text{Independensi Dewan Komisaris} = \frac{\text{Jumlah anggota dewan komisaris independen}}{\text{Jumlah seluruh anggota dewan komisaris bank}}$$

3.1.2.4 Komisaris Wanita

Komisaris wanita merupakan rasio persentase antara jumlah komisaris wanita dengan jumlah komisaris di dalam dewan.

$$\text{Komisaris Wanita} = \frac{\text{Jumlah anggota dewan komisaris wanita}}{\text{Jumlah seluruh anggota dewan komisaris bank}}$$

3.1.2.5 Independensi Komite Audit

Independensi komite audit diukur dari persentase jumlah komite audit independen dengan jumlah seluruh anggota komite audit.

$$\text{Independensi Komite Audit} = \frac{\text{Jumlah anggota komite audit independen}}{\text{Jumlah seluruh anggota komite audit}}$$

3.1.2.6 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial diukur dari prosentase saham yang dimiliki oleh manajemen (dalam hal ini dewan komisaris, direksi, dan pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pembuatan keputusan perusahaan) dengan jumlah saham yang diterbitkan.

$$\text{Kepemilikan Manajerial} = \frac{\text{Proporsi saham yang dimiliki oleh manajemen}}{\text{Jumlah saham yang diterbitkan}}$$

3.1.2.7 Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing diukur dari prosentase saham yang dimiliki oleh pihak asing dengan jumlah saham yang diterbitkan.

$$\text{Kepemilikan Asing} = \frac{\text{Proporsi saham yang dimiliki oleh pihak asing}}{\text{Jumlah saham yang diterbitkan}}$$

3.1.2.8 Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional diukur dari prosentase saham yang dimiliki oleh institusi keuangan dengan jumlah saham yang diterbitkan.

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{Proporsi saham yang dimiliki oleh institusi keuangan}}{\text{Jumlah saham yang diterbitkan}}$$

3.1.2.9 Kepemilikan Pemerintah

Kepemilikan pemerintah diukur dari prosentase saham yang dimiliki oleh pemerintah dengan jumlah saham yang diterbitkan.

$$\text{Kepemilikan Pemerintah} = \frac{\text{Proporsi saham yang dimiliki oleh pemerintah}}{\text{Jumlah saham yang diterbitkan}}$$

3.1.3 Variabel Kontrol

3.1.3.1 Ukuran Bank

Ukuran perusahaan diukur berdasarkan total aset yang dimiliki oleh bank diperoleh dari laporan tahunan perusahaan.

$$\text{Ukuran Bank} = \text{Nilai buku aset}$$

3.1.3.2 Profitabilitas

Profitabilitas dalam penelitian ini akan menggunakan proksi *return on equity* (ROE) seperti Hakston dan Milne (1996). ROE dipilih karena merupakan alat yang dapat menggambarkan kemampuan profitabilitas perusahaan. ROE dapat dicari dengan persamaan sebagai berikut;

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Ekuitas Saham}}$$

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan perbankan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia selama periode 2008-2009. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representative sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah sebagai berikut:

1. Bank yang sudah *go public* atau terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2008-2009.
2. Masih beroperasi hingga tahun 2009
3. Bank mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) untuk periode 31 Desember 2008-2009 di dalam website Bursa Efek Indonesia
4. Bank yang mengungkapkan informasi mengenai *corporate social responsibility*, *corporate governance* dan struktur kepemilikan dalam laporan tahunannya

5. Pemilihan rentang waktu bertujuan agar penelitian hanya berfokus pada rentang waktu tersebut sehingga hasil yang diperoleh akan maksimal.

Tabel 3.1
Pemilihan Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah
Perusahaan Perbankan yang terdaftar d BEI dari tahun 2008-2009	31
Perusahaan yang tidak masuk sebagai sampel:	
1. Tidak mempublikasikan dan /atau di delisting periode 2008	2
2. Tidak mempublikasikan dan /atau di delisting periode 2009	0
3. Tidak mengungkapkan informasi yang diperlukan dalam penelitian	8
Total Sampel penelitian	21

Sumber: Bursa Efek Indonesia (2008-2009)

Berdasarkan data dari BEI pada tahun 2008-2009 populasi perusahaan perbankan sebanyak 62 (31 bank), tapi berdasarkan kriteria sampel diatas maka dalam penelitian ini hanya digunakan sampel sebanyak 42 (berasal dari 21 nama perusahaan perbankan di Indonesia).

3.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan perusahaan perbankan (*annual report*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2008-2009.

Data diperoleh dari pojok BEI Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang dan pada situs resminya yaitu www.idx.co.id, website Bank Indonesia serta *Indonesian Capital Market Directory (ICMD)* periode 2008-2009.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi, yaitu penggunaan data yang berasal dari dokumen-dokumen yang sudah ada

berupa annual report, ICMD, dan studi pustaka berupa jurnal, penelitian terdahulu, buku, dan situs internet yang berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan.

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini. Statistik deskriptif yang digunakan antara lain; rata-rata (*mean*), *minimum*, *maximum*, dan *standard deviation*. Dengan analisis ini pembaca akan lebih mudah memahami variabel-variabel yang dipakai.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis dengan analisis regresi berganda, harus dilakukan uji klasik terlebih dahulu. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel penelitian yang ada dalam model regresi. Pengujian yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam metode regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2007). Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak menggunakan analisis grafik histogram, analisis

grafik normal p-plot, serta analisis statistik non-parametrik One-Sample Kolmogorov-Smirnov.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolonieritas 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.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan

yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2007). Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antar SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$).

Dasar analisisnya adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) akan mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik penyebaran di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut homoskedastisitas.

3.5.3 Analisis Regresi

Dalam pengolahan data peneliti menggunakan alat bantu berupa perangkat lunak statistik (*statistic software*) yang dikenal dengan SPSS. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan metode penggabungan (*pooling data*) merupakan model yang diperoleh dengan mengkombinasikan atau mengumpulkan semua data. Analisis regresi linear

berganda dapat menjelaskan pengaruh antara variabel terikat dengan beberapa variabel bebas.

Sebelas buah hipotesis yang telah dipaparkan, yaitu pengaruh dari sembilan elemen corporate governance dan dua variabel kontrol berupa ukuran bank dan profitabilitas terhadap luas pengungkapan CSR. Bila dituangkan dalam model regresi ini maka menjadi sebuah persamaan :

$$\text{CSR}_i = \beta_0 + \beta_1 \text{BCSIZE} + \beta_2 \text{MBC} + \beta_3 \text{IND} + \beta_4 \text{WOM} + \beta_5 \text{ACI} + \beta_6 \text{MGR} + \beta_7 \text{FRGN} + \beta_8 \text{INS} + \beta_9 \text{GOV} + \beta_{10} \text{TA} + \beta_{11} \text{ROE} + \varepsilon_i$$

Keterangan:

- CSR_i : Indeks Pengungkapan Sosial (*Corporate Social Responsibility Index*)
- BCSIZE : Ukuran Dewan Komisaris (*Board of Commissioner Size*)
- MBC : Jumlah Rapat Dewan Komisaris (*Meeting of Board of Commissioner*)
- IND : Independensi Dewan Komisaris (*Board of Commissioners Independence*)
- WOM : Komisaris Wanita (*Women Commissioners*)
- ACI : Independensi Komite Audit (*Audit Committee Independence*)
- MGR : Kepemilikan Manajerial (*Managerial Ownership*)
- FRGN : Kepemilikan Asing (*Foreign Ownership*)

- INS : Kepemilikan Institusional (*Institutional Ownership*)
- GOV : Kepemilikan Pemerintah (*Governmental Ownership*)
- TA : Ukuran Bank (*Total Asset*)
- ROE : Profitabilitas (*Return of Equity*)

3.5.4 Pengujian Hipotesis

1. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh seluruh variabel-variabel bebas atau independent (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependent (Y). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan taraf nyata (*level of significant*) sebesar 0.05. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS *versi 16*, adapun cara pengujiannya adalah sebagai berikut:

Ho : $\beta = 0$, Variabel independen (X) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)

Ha : $\beta \neq 0$, Variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)

Dan kriteria keputusannya adalah sebagai berikut:

Ho diterima jika $\text{Sig} \geq 0.05$, maka Ha ditolak yang berarti bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Ha diterima jika $\text{Sig} < 0.05$, maka Ho ditolak yang berarti bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2007).

Data dalam penelitian ini akan diolah dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) 16. Hipotesis dalam penelitian ini dipengaruhi oleh nilai signifikansi koefisien variabel yang bersangkutan setelah dilakukan pengujian. Kesimpulan hipotesis dilakukan berdasarkan *t-test* dan *Ftest* untuk menguji signifikansi variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Uji T

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing atau secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Adapun langkah-langkah dalam pengujiannya antara lain sebagai berikut:

1) Menentukan formulasi H_0 dan H_a

H_0 : $\beta = 0$ (tidak ada pengaruh antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen)

H_a : $\beta \neq 0$ (terdapat pengaruh antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen)

2) *Level of significant* $\alpha = 0,05$

3) Menentukan kriteria pengujian;

- a. Ho diterima jika $\text{Sig} \geq 0.05$ maka Ha ditolak yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Ha diterima jika $\text{Sig} < 0.05$ maka Ho ditolak yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen