

**PENGARUH *CORPORATE GOVERNANCE*
TERHADAP LUAS PENGUNGKAPAN
TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN
DI DALAM *SUSTAINABILITY REPORT***



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

**YUNITA RATNASARI
NIM.C2C007141**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2011**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Yunita Ratnasari

Nomor Induk Mahasiswa : C2C007141

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE GOVERNANCE*
TERHADAP LUAS PENGUNGKAPAN
TANGGUNG JAWAB SOSIAL DI DALAM
*SUSTAINABILITY REPORT***

Dosen Pembimbing : Andri Prastiwi, S.E., M.Si., Akt.

Semarang, 10 Mei 2011

Dosen Pembimbing,

(Andri Prastiwi, S.E., M.Si., Akt.)
NIP. 19670814 199802 2001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Yunita Ratnasari

Nomor Induk Mahasiswa : C2C007141

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE GOVERNANCE*
TERHADAP LUAS PENGUNGKAPAN
TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN
DI DALAM *SUSTAINABILITY REPORT***

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal: 30 Mei 2010

Tim Penguji:

1. Andri Prastiwi, SE., M.Si., Akt. (.....)

2. Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, M.Si., Akt (.....)

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

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Yunita Ratnasari, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : *PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP LUAS PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DI DALAM SUSTAINABILITY REPORT*, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari orang lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

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

Semarang, 10 Mei 2011

Yang membuat pernyataan,

(Yunita Ratnasari)
NIM. C2C007141

ABSTRACT

The aim of this research is to examines the effects of certain Corporate Governance characteristics on the extent of corporate social responsibility disclosure in sustainability report. Disclosure of sustainability report by using the GRI indicators (Global Reporting Initiatives), which consists of six categories: economic, environmental, labor practices and decent work, human rights, society and product responsibility. The characteristics of Corporate Governance that was applied in this research are size of the Board of Commissioners, number of Board Commisssoner meetings, proportion of independent Commissioners, Audit Committee size, and number of Audit Committee meetings.

The population of this research are listed companies in Indonesian Stock Exchange (IDX). The selection of this sample using purposive sampling method, that are companies which publishing sustainability report. Based on purposive sampling method, total sample in this research are 16 companies and using pooled data method there are 35 observations. The analysis tool to test the hypothesis is multiple regression analysis by using SPSS 17.0.

Results of this research indicate that Corporate Governance had no significant effect to sustainability disclosure. This research indicates that leverage variable had a negative significant effect to sustainability disclosure.

Keywords: Sustainability Report, CSR, Corporate Governance, The Board of Commissioners, Independent Commissioners, Audit Committee, Leverage.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh karakteristik *Corporate Governance* terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial di dalam *Sustainability Report*. Pengungkapan *sustainability report* perusahaan menggunakan indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*) yang terdiri dari enam kategori yaitu ekonomi, lingkungan, praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk. Karakteristik *Corporate Governance* yang digunakan antara lain adalah ukuran Dewan Komisaris, jumlah rapat Dewan Komisaris, proporsi Dewan Komisaris independen, ukuran Komite Audit, dan jumlah rapat Komite Audit.

Populasi penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pemilihan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu perusahaan yang menerbitkan *sustainability report*. Berdasarkan metode *purposive sampling*, jumlah sampel penelitian ini adalah 16 perusahaan dan dengan menggunakan metode pooling data diperoleh 35 observasi. Alat analisis untuk menguji hipotesis yaitu analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS 17.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan *Sustainability Report*. Penelitian menunjukkan bahwa variabel leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap luas pengungkapan *sustainability report*.

Kata kunci: *Sustainability report*, CSR, *Corporate Governance*, Dewan Komisaris, Komisaris Independen, Komite Audit, *Leverage*.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Corporate Governance* Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Dalam *Sustainability Report*”**. Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program studi ilmu Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
2. Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, M.Si., Akt selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro yang telah memberikan kritik yang membangun bagi penulis.
3. Ibu Andri Prastiwi, SE., M.Si., Akt. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, segenap tenaga, saran, dukungan, bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Marsono, SE., M.Adv Acc., Akt. selaku Dosen Wali yang memberikan dukungan, arahan, dan saran selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
5. Orang tuaku tercinta, Bapak Abdul Malik dan Almarhumah Ibu Istirochah yang selalu sabar dalam mendidik serta memberikan kasih sayang, memberikan doa, dukungan dan motivasi yang tak pernah putus. Semoga penulis selalu dapat memberikan yang terbaik dan menjadi anak yang berbakti.
6. Seluruh staf pengajar, Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi UNDIP yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Kakakku, Mas Ismet dan Mbak Yanti yang selalu memberi nasihat, semangat, motivasi, dan doa selama ini.
8. Keluarga Mbak Anik yang telah banyak memberikan dukungan baik moril maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Nenekku tercinta dan seluruh keluarga besarku yang selalu mendoakan, memberikan motivasi serta inspirasi kepada penulis agar terus maju serta tidak mudah menyerah.
10. Sahabat-sahabatku, Jatu, Yeli, Irma ndutz, Icha ndutz, Indah, Ni2k, Farah, Litrum, Ella yang selalu mendukung serta mengingatkanku. Terimakasih atas persahabatan, kekeluargaan, kebersamaan, dan dukungan kalian. Semoga kita

bisa sukses dunia & akhirat dan semoga persahabatan kita akan terus terjaga,
keep contact ya kawand...

11. Teman-teman KKN Kuningan Semarang Utara, Bungil, Sona "arab", Pipit, Nisa, Bu Korkel Nestin, Anggit, Budi, Faris, Bang Tony, Si Pendiam Ganjar, Dyah, Mega, Helda, dan Arni . Terimakasih untuk kenangannya.
12. Teman-teman seperjuangan dan satu bimbingan Hari, Novia, Seno yang bisa menjadi tempat untuk berdiskusi, komunikasi dan saling support tentang masalah skripsi kita.
13. Seluruh Teman-teman Akuntansi angkatan 2007, terima kasih atas persahabatan dan kekeluargaannya selama di bangku kuliah, semoga tetap kompak selamanya.
14. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Semoga segala bantuan yang diberikan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini, akan mendapatkan balasan pahala yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Semarang, 10 Mei 2011

Penulis

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“ Kita tidak tahu apa yang akan terjadi pada diri kita dalam kehidupan sehari-hari yang aneh ini, tetapi kita bisa memutuskan apa yang terjadi dalam diri kita—bagaimana kita menerimanya, apa yang kita perbuat dengannya—dan pada akhirnya itulah yang paling penting. Bagaimana kita menerima bahan mentah kehidupan dan membuatnya menjadi sesuatu yang berharga dan indah—itulah ujian hidup.” (Joseph F. Newton)

“To believe my self and always stay positive.”

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- ☞ Kedua orang tuaku tercinta (Bapak Abdul Malik dan Almarhumah Ibu Istirochah).
- ☞ Kakakku tersayang (Ismet Abdullah).
- ☞ Seluruh keluarga dan sahabat yang telah memberi semangat, nasihat, dan motivasi dalam hidupku...

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	x
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	13
2.1.1 Teori Stakeholder	13

2.1.2	Teori Legitimasi	16
2.1.3	Teori Agensi	19
2.1.4	CSR dan Sustainability Report	21
2.1.4.1	Konsep CSR	21
2.1.4.2	Pengungkapan CSR dalam Sustainability Report ..	23
2.1.5	Good Corporate Governance (GCG)	30
2.1.5.1	Definisi Corporate Governance	30
2.1.5.2	Prinsip-Prinsip Corporate Governance	32
2.1.5.3	Manfaat dan Tujuan GCG	33
2.1.5.4	Mekanisme dan Struktur Corporate Governance ..	34
2.1.5.4.1	Dewan Komisaris	35
2.1.5.4.2	Dewan Komisaris Independen.....	37
2.1.5.4.3	Komite Audit	40
2.1.6	Penelitian Terdahulu	42
2.2	Kerangka Pemikiran	50
2.3	Pengembangan Hipotesis	52
2.3.1	Hubungan Ukuran Dewan Komisaris dengan Luas Pengungkapan Sustainability Report	52
2.3.2	Hubungan Jumlah Rapat Dewan Komisaris dengan Luas Pengungkapan Sustainability Report	53
2.3.3	Hubungan Proporsi Dewan Komisaris Independen dengan Luas Pengungkapan Sustainability Report	55

2.3.4	Hubungan Ukuran Komite Audit dengan Luas Pengungkapan <i>Sustainability Report</i>	56
2.3.5	Hubungan Jumlah Rapat Komite Audit dengan Luas Pengungkapan <i>Sustainability Report</i>	57
BAB III	METODE PENELITIAN	59
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	59
3.1.1	Variabel Dependen	59
3.1.2	Variabel Independen	60
3.1.2.1	Ukuran Dewan Komisaris	60
3.1.2.2	Jumlah Rapat Dewan Komisaris	60
3.1.2.3	Proporsi Dewan Komisaris Independen	61
3.1.2.4	Ukuran Komite Audit	61
3.1.2.5	Jumlah Rapat Komite Audit	61
3.1.3	Variabel Kontrol	62
3.1.3.1	<i>Size</i>	62
3.1.3.2	<i>Leverage</i>	62
3.1.3.3	Profitabilitas	63
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	64
3.3	Jenis dan Sumber Data	64
3.4	Metode Pengumpulan Data	65
3.5	Metode Analisis Data	65
3.5.1	Statistik Deskriptif	66

3.5.2 Uji Asumsi Klasik	66
3.5.2.1 Uji Normalitas	66
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas	67
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas	67
3.5.2.4 Uji Autokorelasi	68
3.5.3 Analisis Regresi Berganda	68
3.5.4 Pengujian Hipotesis	69
3.5.4.1 Uji Koefisien Determinasi	70
3.5.4.2 Uji F	70
3.5.4.3 Uji t	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	72
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	72
4.2 Analisis Data	73
4.2.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	73
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	76
4.2.2.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	76
4.2.2.2 Hasil Uji Normalitas	79
4.2.2.3 Hasil Uji Multikolinearitas	82
4.2.2.4 Hasil Uji Autokorelasi	83
4.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis	84
4.2.3.1 Hasil Uji F (F test).....	84
4.2.3.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi	85

4.2.3.3 Hasil Uji t (t test)	86
4.3 Interpretasi Hasil	89
4.3.1 Pengaruh <i>Corporate Governance</i> Terhadap Luas Pengungkapan CSR dalam <i>Sustainability Report</i>	89
4.3.2 Pengaruh Variabel Kontrol Terhadap Luas Pengungkapan CSR dalam <i>Sustainability Report</i>	92
BAB V PENUTUP	94
5.1 Simpulan	94
5.2 Keterbatasan	95
5.3 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN-LAMPIRAN	100

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	45
Tabel 4.1 Ringkasan Perolehan Sampel Penelitian	72
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	73
Tabel 4.3 Hasil Uji Glejser	78
Tabel 4.4 Hasil Uji Glejser Setelah Model Ditransform	79
Tabel 4.5 Hasil Uji <i>Kolmogorov - Smirnov</i>	81
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	82
Tabel 4.7 Hasil Uji Run Test	83
Tabel 4.8 F (F test)	84
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	85
Tabel 4.10 Hasil Uji t (t test)	86

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tripple Bottom Line Success of a Company	25
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	51
Gambar 4.1 Grafik Plot Uji Heteroskedastisitas	77
Gambar 4.2 Grafik Normal P-P Plot	80
Gambar 4.3 Grafik Histogram	80

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A : Daftar Indikator Pengungkapan Kinerja Sosial (GRI)	92
Lampiran B : Daftar Perusahaan Sampel	99
Lampiran C : Data Penelitian	100
Lampiran C : Hasil Olah Data Statistik	101

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya tujuan utama yang ingin dicapai oleh semua perusahaan adalah bagaimana perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan seringkali mengabaikan dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari aktivitas atau tindakan ekonomi perusahaan. Kegiatan konsumsi yang dilakukan perusahaan berpotensi menimbulkan kerusakan terhadap lingkungan, misalnya penggundulan hutan, polusi udara dan air, dan perubahan iklim. Begitu pula yang terjadi di Indonesia, banyak perusahaan yang hanya berorientasi pada maksimalisasi laba untuk menunjukkan kinerjanya dan mengabaikan dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan. Hal tersebut kemudian merugikan masyarakat. Kasus-kasus seperti banjir lumpur panas Lapindo Brantas Inc di Sidoarjo, Jawa Timur, pencemaran Teluk Buyat di Minahasa Selatan oleh PT. Newmont Minahasa Raya, pembakaran hutan oleh perusahaan perkebunan kelapa sawit di Sumatera dan Kalimantan, masalah pemberdayaan masyarakat suku di wilayah pertambangan Freeport di Papua, dan konflik masyarakat Aceh dengan Exxon mobil yang mengelola gas bumi di Arun membuat

masyarakat selalu berpandangan negatif akan kegiatan operasional suatu entitas bisnis (www.csrindonesia.com, 2008).

Pada era ini, tanggung jawab sosial semakin mendapatkan perhatian oleh kalangan dunia usaha. Sejak era reformasi bergulir, masyarakat semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat tersebut memunculkan kesadaran baru terhadap perusahaan tentang pentingnya melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Daniri, 2008). Selain itu, dorongan perusahaan untuk melaksanakan CSR adalah karena adanya Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat 1 Undang-undang tersebut menyebutkan bahwa "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan".

Substansi keberadaan CSR adalah dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan dengan membangun kerjasama antar *stakeholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut atau dalam pengertian kemampuan perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan *stakeholder* yang terkait dengannya, baik lokal, nasional, maupun global. Karenanya pengembangan CSR ke depan seyogianya mengacu pada konsep pembangunan yang berkelanjutan (Daniri, 2008). Pengembangan CSR sebaiknya didasari pada pemikiran bahwa sumber daya alam adalah terbatas, sehingga pembangunan ekonomi harus dilakukan secara berkelanjutan dan perusahaan harus dapat menggunakan sumber daya secara efisien

dan memastikan bahwa sumber daya tersebut tidak habis, sehingga tetap dapat dimanfaatkan oleh generasi selanjutnya (Fahrizqi, 2010).

Seiring dengan adanya perkembangan CSR, perusahaan mulai menyadari untuk mengungkapkan sebuah laporan yang tidak hanya berpijak pada *single bottom line*, yaitu kondisi keuangan perusahaan saja tetapi berpijak pada *triple bottom line*, yaitu selain informasi keuangan juga menyediakan informasi sosial dan lingkungan, yang kemudian disebut *sustainability report*. *Sustainability report* ini disusun dengan pedoman (standar) *Global Reporting Initiative* (GRI) yang telah dikembangkan sejak tahun 1990 dan disusun tersendiri terpisah dari laporan keuangan atau laporan tahunan.

Pengungkapan Laporan Keberlanjutan (*sustainability report*) semakin mendapat perhatian dalam praktek bisnis global dan menjadi salah satu kriteria dalam menilai tanggung jawab sosial suatu perusahaan. Para pemimpin perusahaan-perusahaan dunia semakin menyadari bahwa pengungkapan laporan yang lebih komprehensif (tidak hanya sekedar laporan keuangan) akan mendukung strategi perusahaan. Selain itu dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap *sustainable development* (CSR Quest dalam Dilling, 2009). Pengungkapan *sustainability report* juga dapat meningkatkan kinerja keuangan dan membangun legitimasi perusahaan.

Sustainability reporting di dunia mengalami perkembangan yang sangat cepat. Pada penelitian yang dilakukan di Australia pada 486 perusahaan terlihat bahwa 119 perusahaan (24%) diantaranya menerbitkan *sustainability report* (Australian Government, 2005 dalam Dilling, 2009). Pada bulan Juli 2007, sekitar

20% *U.S. Fortune Companies* menerbitkan *corporate sustainability report* (UPHAM, 2007 dalam Dilling, 2009). Penelitian yang dilakukan oleh KPMG (2008) juga menunjukkan bahwa sekitar 80% perusahaan-perusahaan besar global telah menerbitkan *sustainability report* (Dilling, 2009).

Trend mengenai *sustainability reporting* di dunia mengalami pertumbuhan yang begitu pesat, tetapi di Indonesia sendiri belum banyak perusahaan-perusahaan di Indonesia yang menerbitkan *sustainability report*. Tercatat bahwa pada tahun 2005, hanya ada 1 perusahaan dan di tahun 2006 hanya ada 4 perusahaan yang telah menerbitkan *sustainability report* (www.google.com).

Praktik dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan konsekuensi logis dari implementasi konsep *Corporate Governance*, yang menyatakan bahwa perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholders*-nya, sesuai dengan aturan yang ada dan menjalin kerja sama yang aktif dengan *stakeholders*-nya demi kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan (Utama, 2007). Menurut Said *et.al.* (2009) *Corporate Governance* sangat efektif untuk memastikan bahwa kepentingan *stakeholders* telah dilindungi. Oleh karena itu, perusahaan harus mengungkapkan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan terhadap para *stakeholder*. Penerapan konsep *Good Corporate Governance* diharapkan dapat meningkatkan pelaksanaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Daniri, 2009)

Menurut Khaihatu (2006) dikutip dalam Waryanto (2010) mekanisme GCG akan bermanfaat dalam mengatur dan mengendalikan perusahaan sehingga

menciptakan nilai tambah untuk semua *stakeholders*. Untuk mendukung hal tersebut, pelaksanaan GCG harus didukung dengan struktur *corporate governance* terdiri dari organ utama, yaitu Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Dewan Direksi, dan Dewan Komisaris. Serta organ perusahaan lain yang membantu terwujudnya *good governance* seperti sekretaris perusahaan, komite audit, dan komite-komite lain yang membantu pelaksanaan GCG.

Dewan komisari bertugas mengawasi kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan serta memberikan nasihat kepada direksi (UU No.40 Tahun 2007). Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan.

Dalam menjalankan tugasnya dewan komisaris dapat membentuk komite-komite yang mendukung tercapainya pelaksanaan GCG, salah satunya adalah komite audit . Komite audit dituntut untuk bertindak secara independen karena komite audit merupakan pihak yang menjembatani antara eksternal auditor dan perusahaan dan juga menjembatani antara fungsi pengawasan Dewan Komisaris dengan internal auditor (Surya dan Yustivandana, 2006). Komite Audit harus bebas dari pengaruh direksi, eksternal auditor dan hanya bertanggung jawab terhadap Dewan Komisaris (Hasnati, 2003 dalam Surya dan Yustivandana, 2006). Oleh karena itu, diharapkan keberadaan komite audit dapat mendorong manajer untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas.

Penelitian yang terkait dengan CSR telah banyak dilakukan baik di dalam maupun di luar negeri. Penelitian yang dilakukan berfokus pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam *annual report*. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Said, et.al. (2009); Khan (2010); Waryanto (2010) yang meneliti mengenai pengaruh elemen-elemen *corporate governance* yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Anggraini (2006) yang menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR.

Berbagai penelitian serta literatur yang berkaitan dengan fenomena pengungkapan *sustainability report* nampaknya masih terpusat pada negara-negara Anglo-Amerika (US dan UK). Penelitian yang dilakukan oleh Dilling (2009) menguji apakah terdapat perbedaan antara perusahaan yang menerbitkan dan tidak menerbitkan *sustainability report*. Variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah ukuran, kinerja keuangan, struktur modal, dan *corporate governance*. Penelitian lainnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Michelon dan Parbonetti (2010). Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan-perusahaan Amerika dan Eropa yang tercatat dalam *Dow Jones Sustainability Index (DJSI)* dan *Dow Jones Global Index (DJGI)*. Penelitian ini meneliti beberapa variabel karakteristik CG antara lain adalah proporsi Direktur Independen, proporsi Anggota *Community Influential*, keberadaan *CSR Committee*, dan Dualitas CEO. Penelitian tersebut menemukan bahwa hanya ada dua faktor yang berpengaruh terhadap luas pengungkapan *sustainability report*, yaitu *Community Influential* dan Dualitas CEO.

Namun penelitian yang dilakukan di negara Indonesia yang berkaitan dengan pengungkapan *sustainability report* yang terpisah dari *annual report* masih sedikit dilakukan. Di Indonesia, penelitian mengenai *sustainability report* antara lain adalah penelitian yang dilakukan oleh Chariri dan Nugroho (2009). Penelitian ini bersifat kualitatif dan dimaksudkan untuk menganalisis retorika yang digunakan manajemen dalam pelaksanaan *sustainability reporting* PT Aneka Tambang, Tbk dan berusaha menjawab pertanyaan bagaimana dan mengapa suatu perusahaan mengungkapkan informasi CSR dalam laporan tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis pelaporan CSR dalam persepektif makna yang diinginkan dari pemakaian simbol, kata dan kalimat.

Penelitian ini dimotivasi karena masih sedikitnya penelitian tentang *sustainability reporting* di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu menambah literatur berkaitan dengan fenomena pengungkapan *sustainability report* di Indonesia.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Michelin dan Parbonetti (2010), yang meneliti mengenai pengaruh *corporate governance* terhadap *sustainability disclosure* dengan sampel perusahaan-perusahaan Amerika dan Eropa dan disesuaikan dengan keadaan di Indonesia. Penelitian ini memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian sebelumnya, antara lain adalah penelitian ini menggunakan sampel perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI. Selain itu, pada penelitian ini penulis tidak menggunakan variabel Dewan Direksi melainkan

menggunakan variabel Dewan Komisaris, dikarenakan disesuaikan dengan kondisi perusahaan di Indonesia, dimana perusahaan-perusahaan di Indonesia menerapkan sistem *Two Tier Board System*. Dalam penelitian ini, *proxy* yang digunakan dalam pengukuran Dewan Komisaris bukan hanya mengukur independensi tetapi akan diukur juga mengenai ukuran dan jumlah rapat Dewan Komisaris. Penulis juga menambah variabel karakteristik CG, yaitu ukuran komite audit dan jumlah pertemuan komite audit. Variabel *Committee CSR* tidak diadopsi dikarenakan jumlah perusahaan di Indonesia tidak memiliki *Committee CSR*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana struktur dan mekanisme GCG dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial di dalam *sustainability report* yang dilakukan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI.

1.2. Rumusan Masalah

Pada era ini, tanggung jawab sosial semakin mendapatkan perhatian oleh kalangan dunia usaha. Sejak era reformasi bergulir, masyarakat semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat tersebut memunculkan kesadaran baru terhadap perusahaan tentang pentingnya melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Daniri, 2008).

Seiring dengan adanya perkembangan CSR, perusahaan mulai menyadari untuk mengungkapkan sebuah laporan yang tidak hanya berpijak pada *single bottom*

line, yaitu kondisi keuangan perusahaan saja tetapi berpijak pada *triple bottom line*, yaitu selain informasi keuangan juga menyediakan informasi sosial dan lingkungan, yang kemudian disebut *sustainability report*. *Sustainability report* ini disusun dengan pedoman (standar) *Global Reporting Initiative* (GRI) yang telah dikembangkan sejak tahun 1990 dan disusun tersendiri terpisah dari laporan keuangan atau laporan tahunan.

Praktik dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan konsekuensi logis dari implementasi konsep *Corporate Governance*. Menurut Said *et.al.* (2009) *Corporate Governance* sangat efektif untuk memastikan bahwa kepentingan *stakeholders* telah dilindungi. Oleh karena itu, perusahaan harus mengungkapkan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan terhadap para *stakeholder*. Penerapan konsep *Good Corporate Governance* diharapkan dapat meningkatkan pelaksanaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Daniri, 2009)

Penelitian mengenai pengungkapan CSR di dalam *sustainability report* di Indonesia masih sedikit dilakukan dan kebanyakan masih menggunakan metode kualitatif (Chariri dan Nugroho 2009; Diah Fitri 2009; Anke 2009; Wicaksono 2010), sehingga penelitian ini diharapkan mampu menambah literatur berkaitan dengan fenomena pengungkapan CSR di dalam *sustainability report* secara terpisah dari laporan tahunan (*annual report*) perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di dalam *sustainability report*?
2. Apakah jumlah rapat dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di dalam *sustainability report*?
3. Apakah proporsi dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di dalam *sustainability report*?
4. Apakah ukuran komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di dalam *sustainability report*?
5. Apakah jumlah rapat komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di dalam *sustainability report*?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a) Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menguji pengaruh ukuran Dewan Komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di dalam *sustainability report*.
2. Untuk menguji pengaruh jumlah rapat Dewan Komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di dalam *sustainability report*.

3. Untuk menguji pengaruh proporsi Dewan Komisaris Independen terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di dalam *sustainability report*.
4. Untuk menguji pengaruh ukuran Komite audit terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di dalam *sustainability report*.
5. Untuk menguji pengaruh jumlah rapat komite audit terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di dalam *sustainability report*.

b) Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu Akuntansi Keuangan, terutama untuk menambah literatur berkaitan dengan fenomena pengungkapan *sustainability reporting*.
2. Sebagai bahan pertimbangan Pemerintah dan lembaga-lembaga regulator lainnya dalam meningkatkan kualitas standar peraturan yang sudah ada (*Global Reporting Initiative*).
3. Sebagai bahan acuan bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan ini.

1.4. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terbagi menjadi lima bagian. Bagian pertama merupakan pendahuluan yang berisi tentang gambaran penelitian secara garis besar mengenai penelitian yang akan dilakukan. Bagian ini terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan. Bagian yang kedua adalah telaah pustaka yang berisi tentang teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian. Dalam bagian ini juga dibahas mengenai penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Selain itu dijelaskan juga mengenai kerangka pemikiran yang menjelaskan timbulnya hipotesis penelitian. Bagian yang ketiga dalam penelitian ini adalah metode penelitian yang berisi uraian mengenai metode penelitian, yang mencakup penentuan sampel, pengumpulan data, dan teknik analisis yang digunakan dalam pengujian hipotesis. Dalam bagian ini juga dijelaskan mengenai variabel-variabel penelitian dan pengukurannya. Bagian keempat dalam penelitian ini adalah hasil dan pembahasan yang berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis terhadap data dan temuan empiris yang diperoleh. Bagian kelima merupakan penutup dalam penelitian ini yang berisi tentang simpulan dari pelaksanaan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran yang nantinya dapat dijadikan acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1. Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1. Teori *Stakeholder*

Definisi *stakeholder* menurut Gray *et al.* (2001) adalah pihak-pihak yang berkepentingan pada perusahaan dan dapat mempengaruhi aktivitas perusahaan. Para *stakeholder* yang dimaksud antara lain adalah masyarakat, karyawan, pemerintah, *supplier*, pasar modal, dan lain-lain. Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa dalam teori *stakeholder*, perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi para *stakeholder*-nya (pemegang saham kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Gray, Kouhy dan Adams (1994, p 53) dalam Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa :

Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerful stakeholder*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebaagi bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya.

Beberapa dekade terakhir, asumsi tentang definisi *stakeholder* telah mulai berkembang dan berubah secara substantial. Pada mulanya, pemegang saham dianggap sebagai satu-satunya *stakeholder* perusahaan sesuai yang dikemukakan oleh

Friedman (1962) dalam Ghozali dan Chariri (2007) yang mengatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemiliknya. Akan tetapi, asumsi tersebut dikembangkan lagi oleh Freeman (1983) dalam Ghozali dan Chariri (2007) yang menyatakan ketidaksetujuan dengan pandangan ini dan memperluas definisi *stakeholder* dengan memasukkan konstituen yang lebih banyak, termasuk kelompok yang dianggap tidak menguntungkan (*adversarial group*) seperti pihak yang memiliki kepentingan tertentu dan regulator (Roberts, 1992 dalam Ghozali dan Chariri, 2007).

Stakeholder dapat dibagi menjadi dua berdasarkan karakteristiknya yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder (Clarkson, 1995). *Stakeholder* primer adalah seseorang atau kelompok yang sangat berpengaruh dalam perusahaan dan tanpa mereka perusahaan tidak dapat bertahan untuk *going concern*, meliputi : pemegang saham dan investor, karyawan, konsumen dan pemasok, bersama dengan yang didefinisikan sebagai kelompok *stakeholder* publik, yaitu : pemerintah dan komunitas. Kelompok *stakeholder* sekunder didefinisikan sebagai mereka yang mempengaruhi, atau dipengaruhi perusahaan, namun mereka tidak berhubungan dengan transaksi dengan perusahaan dan tidak esensial kelangsungannya.

Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu *power stakeholder* ditentukan oleh besar kecilnya *power* yang dimiliki *stakeholder* atas sumber tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). Dari dua jenis *stakeholder* yang telah disebutkan tadi, *stakeholder* primer adalah *stakeholder*

yang memiliki *power* yang besar atau yang paling berpengaruh bagi kelangsungan hidup perusahaan karena mempunyai *power* yang cukup tinggi terhadap ketersediaan sumber daya perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang memuaskan keinginan *stakeholder* (Ullman, 1982 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Ullman (1985) dalam Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa organisasi akan memilih *stakeholder* yang dipandang penting, dan mengambil tindakan yang dapat menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya.

Teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggungjawab (Freeman, 2001). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholder*-nya dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholder*-nya, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chariri dan Ghozali, 2007). Salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder*-nya adalah dengan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan. Dengan pengungkapan ini, diharapkan perusahaan mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan serta dapat mengelola *stakeholder* agar mendapatkan dukungan oleh para *stakeholder* yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat bahwa pengungkapan informasi keuangan, sosial, dan lingkungan merupakan dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya dan menyediakan informasi mengenai aktivitas perusahaan yang

dapat mengubah persepsi dan ekspektasi (Gray *et al.*, 1995; Adam dan Larrinaga Gonzalez, 2007; Adam dan Mc Nicholas, 2007 dalam Michelin dan Parbonetti, 2010).

2.1.2. Teori Legitimasi

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Ghozali dan Chariri, 2007). Legitimasi suatu organisasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (Asforth dan Gibs, 1990; Dowling dan Pfeffer, 1975; O'Donovan, 2002; dikutip dari Ghozali dan Chariri, 2007).

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan beroperasi dalam lingkungan eksternal yang berubah secara konstan dan mereka berusaha meyakinkan bahwa perilaku mereka sesuai dengan batas-batas dan norma masyarakat (Brown dan Deegan, 1998 dalam Michelin dan Parbonetti, 2010). Teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat (Ulman, 1982; dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Dowling dan Prefer (1975, p.122) dalam Ghozali dan Chariri (2007) memberikan alasan yang logis tentang legitimasi organisasi sebagai berikut:

Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual dan potensial terjadi diantara kedua sistem tersebut, maka ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat bahwa kegiatan perusahaan harus memiliki nilai-nilai sosial yang selaras dengan nilai-nilai masyarakat. Ketika nilai-nilai yang dianut perusahaan berbeda dengan nilai-nilai masyarakat, legitimasi perusahaan akan berada pada posisi terancam. Perbedaan antara nilai-nilai perusahaan dan nilai-nilai masyarakat sering disebut sebagai “*legitimacy gap*” dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatan usahanya (Dowling dan Pfeffer, 1975 dikutip dari Ghozali dan Chariri, 2007).

Legitimasi sangatlah penting bagi suatu perusahaan. Legitimasi organisasi dapat menjamin arus masuk modal, tenaga kerja, dan kebutuhan pelanggan untuk kelangsungan hidup perusahaan (Pfeffer dan Salanick, 1978; Neu et al., 1998; dikutip dari Michelin dan Parbonetti, 2010). Selain itu, legitimasi juga dapat mengurangi *product boycott* dan perilaku-perilaku yang merusak lainnya (Elsbach, 1994 dalam Michelin dan parbonetti, 2010).

Ghozali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa hal yang melandasi teori legitimasi adalah kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Shocker dan Sethi (1974, p.67) dalam Ghozali dan Chariri (2007) memberikan penjelasan tentang konsep kontrak sosial sebagai berikut :

Semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial-baik eksplisit maupun implisit-dimana kelangsungan hidup dan pertumbuhannya didasarkan kepada :

- 1) hasil akhir (output) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat yang luas.

- 2) distribusi manfaat ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok sesuai dengan power yang dimiliki.

Dowling dan Preffer (1975) dalam Ghozali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi. Dowling dan Preffer (1975, p. 131) dalam Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa :

Karena legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.

Perwujudan legitimasi dalam dunia bisnis dapat berupa pelaporan kegiatan sosial dan lingkungan perusahaan. Dengan mengungkapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Kiroyan, 2006; dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Deegan dan Cho dan Patten (2007) yang dikutip dari Michelon dan Parbonetti (2010) juga mengatakan bahwa perusahaan berusaha untuk memperoleh legitimasi dengan mengungkapkan data-data dan informasi mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Guthrie dan Parker, 1990; dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Disamping itu, pengungkapan laporan sosial dan lingkungan menjadi salah satu cara perusahaan untuk menunjukkan kinerja yang baik kepada masyarakat dan investor. Dengan pengungkapan tersebut, perusahaan akan mendapatkan *image* dan pengakuan yang baik, bahwa perusahaan juga bertanggung

jawab terhadap lingkungan sekitarnya, sehingga perusahaan akan memiliki daya tarik dalam penanaman modal. Hal tersebut didukung oleh pendapat yang mengatakan bahwa legitimasi sering kali dibangun dan dipertahankan dengan menggunakan aksi-aksi simbolis yang membentuk *image* perusahaan di mata publik (Dowling dan Pfeffer, 1975; Elsbach, 1994; Neu et al., 1998 dalam Michelin dan Parbonetti, 2010).

Selain itu, Ghozali dan Chariri (2007) juga mengatakan bahwa kegiatan perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan, sehingga praktik pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. Selain itu, praktik pengungkapan sosial dan lingkungan dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan baik dalam pengaruh yang baik maupun dampak yang buruk.

2.1.3. Teori Agensi

Teori agensi menjelaskan tentang hubungan antara dua pihak dimana salah satu pihak menjadi agen dan pihak yang lain bertindak sebagai prinsipal (Hendriksen dan Van Breda, 2000). Teori ini menyatakan bahwa hubungan keagenan timbul ketika salah satu pihak (prinsipal) menyewa pihak lain (agen) untuk melakukan beberapa jasa untuk kepentingannya yang melibatkan pendelegasian beberapa otoritas pembuatan keputusan kepada agen (Jensen dan Mecking, 1976 dalam Saleh et al.,

2008). Yang dimaksud dengan prinsipal adalah pemegang saham atau investor sedangkan yang dimaksud agen adalah manajemen yang mengelola perusahaan.

Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan adanya konflik kepentingan dalam hubungan keagenan. Konflik kepentingan ini terjadi dikarenakan perbedaan tujuan dari masing-masing pihak. Dalam menjalankan tugasnya, manajer sebagai agen memiliki kewajiban untuk memaksimalkan kesejahteraan para pemilik perusahaan (prinsipal) baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Di sisi lain, manajer juga memiliki kepentingan untuk memaksimalkan kesejahtraannya sendiri. Adanya perbedaan tujuan antara prinsipal dan agen serta adanya pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian perusahaan akan menyebabkan manajer bertindak tidak sesuai dengan keinginan prinsipal. Pemisahan ini mengakibatkan setiap risiko yang ditanggung oleh perusahaan akan sepenuhnya ditanggung oleh pemegang saham karena manajer sebagai pengelola tidak mempunyai keterkaitan secara langsung dengan untung maupun rugi perusahaan. Akibatnya, manajer akan mengambil tindakan yang dapat memperbaiki kesejahtraannya sendiri tanpa memikirkan kepentingan pemegang saham.

Selain itu, teori agensi juga menjelaskan mengenai masalah asimetri informasi (*information asymmetric*). Manajer sebagai pengelola perusahaan mempunyai informasi yang lebih lengkap mengenai internal perusahaan dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemilik (pemegang saham). Sebagai pengelola, manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik. Namun, informasi yang disampaikan terkadang tidak sesuai dengan

kondisi perusahaan sebenarnya. Kondisi ini dikenal sebagai asimetri informasi (Hendriksen dan Van Breda, 2000).

Asimetri antara manajemen (agen) dengan pemilik atau pemegang saham (prinsipal) dapat memberikan kesempatan bagi manajer untuk melakukan tindakan oportunistik seperti manajemen laba (*earnings management*) untuk memaksimalkan kepentingan pribadinya sehingga dapat merugikan para pemegang saham.

Corporate governance merupakan suatu mekanisme pengelolaan yang didasarkan pada teori agensi. Penerapan konsep *corporate governance* diharapkan memberikan kepercayaan terhadap agen (manajemen) dalam mengelola kekayaan pemilik (pemegang saham), dan pemilik menjadi lebih yakin bahwa agen tidak akan melakukan suatu kecurangan untuk kesejahteraan agen sehingga dapat meminimumkan konflik kepentingan dan meminimumkan biaya keagenan.

2.1.4. Corporate Social Responsibility (CSR) dan Sustainability Report

2.1.4.1. Konsep CSR

Pada dasarnya, CSR merupakan sebuah konsep tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat dan *stakeholder* lainnya. Secara teoretik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholder*-nya, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. CSR berusaha memberikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya. Sebagaimana dijelaskan oleh Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) Pertanggungjawaban sosial adalah

mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya terhadap pihak-pihak yang berkepentingan. Dengan demikian, operasi bisnis yang dilakukan oleh perusahaan tidak hanya berkomitmen dengan ukuran keuntungan secara finansial saja, tetapi juga harus berkomitmen pada pembangunan sosial ekonomi secara menyeluruh dan berkelanjutan.

Definisi CSR dalam ISO 26000 (www.csrindonesia.com) adalah sebagai berikut:

Responsibility of an organization for the impact of its decisional and activities on society and the environment through transparent and ethical behaviour that is consistent with sustainable development and welfare of society; takes into account the expectation of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent international norms of behavior; and is integrated throughout the organization.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan tanggung jawab perusahaan atau organisasi atas dampak yang ditimbulkan dari keputusan dan aktivitas yang telah diambil dan dilakukan oleh organisasi tersebut, melalui perilaku yang transparan dan etis.

Berdasarkan konsep ISO 26000, penerapan tanggung jawab sosial perusahaan hendaknya terintegrasi pada seluruh aktivitas organisasi yang mencakup isu-isu pokok berikut ini:

1. Pengembangan Masyarakat
2. Konsumen
3. Praktek Kegiatan Institusi yang sehat

4. Lingkungan
5. Ketenagakerjaan
6. Hak Asasi Manusia
7. *Organizational Governance*

Dengan demikian, jika suatu perusahaan hanya berfokus pada isu-isu tertentu saja, misalnya perusahaan hanya peduli terhadap isu lingkungan dan mengabaikan isu mengenai ketenagakerjaan atau isu-isu lainnya, maka perusahaan tersebut sesungguhnya belum melaksanakan tanggung jawab sosialnya secara utuh dan menyeluruh.

2.1.4.2. Pengungkapan CSR dalam *Sustainability Report*

Pengungkapan tanggung jawab sosial adalah proses pengkomunikasin efek-efek sosial dan lingkungan atas tindakan-tindakan ekonomi perusahaan pada kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dan pada masyarakat secara keseluruhan (Gray *et.al.*, 1987 dalam Waryanto, 2010). Dengan mengungkapkan informasi-informasi mengenai operasi perusahaan sehubungan dengan lingkungan diharapkan perusahaan bisa mendapatkan kepercayaan dari masyarakat bahwa dalam melaksanakan aktivitasnya, perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan semata melainkan perusahaan juga memperhatikan dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan.

Selain itu, Darwin (2007) dalam Waryanto (2010) menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi

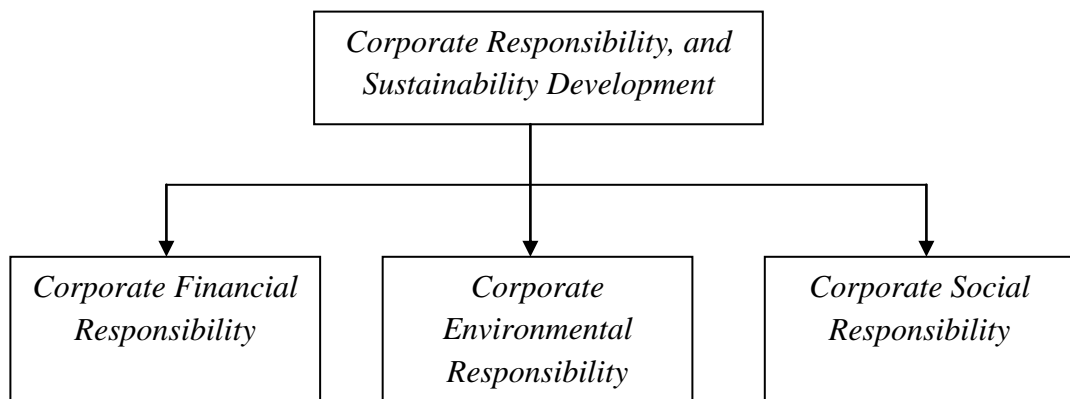
yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholder* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan CSR dalam setiap aspek kegiatan operasinya. Pengungkapan kinerja lingkungan, sosial, dan ekonomi di dalam laporan tahunan atau laporan terpisah adalah untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas, dan transparansi perusahaan kepada investor dan *stakeholder* lainnya.

Kewajiban pengungkapan CSR di Indonesia telah diakomodasi dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 tentang penyajian laporan keuangan yang menyatakan bahwa perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan, khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting. Berdasarkan hal tersebut, sudah selayaknya perusahaan melaporkan semua aspek yang mempengaruhi kelangsungan operasi perusahaan kepada masyarakat.

Pengungkapan kinerja lingkungan, sosial, dan ekonomi perusahaan dapat dilakukan dengan mengungkapkan hal tersebut ke dalam laporan tahunan perusahaan atau mengungkapkannya ke dalam laporan yang terpisah. Mengungkapkan laporan CSR ke dalam Laporan tahunan lebih lazim dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia. Laporan tahunan merupakan alat yang digunakan oleh manajemen untuk melakukan pengungkapan dan pertanggungjawaban kinerja perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan termasuk masyarakat. Para pengguna laporan tahunan seperti analis, investor, masyarakat dan lainnya membutuhkan informasi yang lengkap mengenai laporan tentang suatu perusahaan, sehingga pengungkapan yang

lebih rinci mengenai perusahaan akan sangat penting dan bermanfaat untuk melakukan penilaian dan analisis pengambilan keputusan yang akan mereka lakukan.

Namun, menurut Darwin, saat ini berkembang pelaporan perusahaan mengenai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan yang berdiri sendiri dan terpisah dari laporan tahunan perusahaan, yang dikenal dengan *Sustainability Report (SR)*. Perusahaan-Perusahaan di Indonesia yang sudah membuat *sustainability report* antara lain adalah PT Astra Internasional, PT Aneka Tambang, dan PT Bukit Asam. *Sustainability report* merupakan sebuah laporan yang tidak hanya berpijak pada *single bottom line*, yaitu kondisi keuangan perusahaan saja tetapi berpijak pada *triple bottom line*, yaitu selain informasi keuangan juga menyediakan informasi sosial dan lingkungan.



Gambar 2.1
Tripple Bottom Line Success of a Company

Pengungkapan Laporan Keberlanjutan (*sustainability report*) semakin mendapat perhatian dalam praktik bisnis global dan menjadi salah satu kriteria dalam menilai tanggung jawab sosial suatu perusahaan. Para pemimpin perusahaan-perusahaan dunia semakin menyadari bahwa pengungkapan laporan yang lebih komprehensif (tidak hanya sekedar laporan keuangan) akan mendukung strategi perusahaan.

Laporan keberlanjutan (*sustainability report*) harus benar-benar menunjukkan bahwa perusahaan yang melaporkannya diyakini telah berada pada kondisi keberlanjutan atau minimal telah berada di jalan yang tepat menuju ke kondisi tersebut. Tentu saja, untuk mengetahui apakah perusahaan telah sampai atau berada di jalan menuju keberlanjutan, diperlukan pemahaman atas apa itu perusahaan yang berkelanjutan. Menurut Wilson (2003) dalam Jalal (2007) ada empat konsep yang membangun keberlanjutan suatu perusahaan, yaitu pembangunan berkelanjutan, CSR, teori pemangku kepentingan, dan teori akuntabilitas perusahaan. Hanya perusahaan yang telah memenuhi berbagai kondisi yang dijelaskan oleh masing-masing konsep itulah yang bisa dikatakan telah menjadi perusahaan yang berkelanjutan. Konsep pembangunan berkelanjutan menjelaskan bahwa perusahaan adalah alat bagi manusia untuk mencapai tujuan bersama, yaitu keadilan intra dan antargenerasi dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.

Menurut Witoelar (2005) ada beberapa manfaat yang diperoleh perusahaan yang menerbitkan *sustainability report*, antara lain:

1. Meningkatkan Citra Perusahaan

Pembangunan citra merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan membangun kepedulian perusahaan kepada lingkungan dan sosial masyarakat. Dengan menerbitkan *sustainability report*, masyarakat dapat mengetahui bahwa perusahaan telah melaksanakan komitmennya kepada lingkungan dan masyarakat.

2. Disukai Konsumen

Hasil survei di Inggris menyatakan bahwa 60% konsumen akan membeli produk yang dipersepsikan sedikit merusak lingkungan (ramah lingkungan). Begitu pula sebaliknya, konsumen tidak akan membeli produk yang dipersepsikan dapat merusak lingkungan.

3. Diminati oleh Investor

Investor tidak hanya berfokus untuk mencari *return* yang besar tetapi juga mencari perusahaan yang ramah lingkungan dan menjalankan tanggung jawab sosial.

4. Dipahami oleh *Stakeholder*

Dalam pembuatan *sustainability report*, perusahaan harus memahami para *stakeholder*-nya. Perusahaan harus membangun komunikasi dengan para *stakeholder*-nya. Dalam melakukan komunikasi, perusahaan perlu mengidentifikasi sifat dan kebutuhan *stakeholder*-nya. Dialog antara perusahaan dan para *stakeholder*-nya akan membantu perusahaan

mengantisipasi berbagai isu yang mungkin terjadi, memenuhi kebutuhan *stakeholder*, dan membangun bisnis yang lebih baik.

Pengungkapan *sustainability report* merujuk pada standar yang dikembangkan oleh GRI (*Global Reporting Initiatives*). Dalam standar GRI (GRI, 2006) indikator kinerja dibagi menjadi 3 komponen utama, yaitu:

1. Indikator kinerja ekonomi meliputi:
 - a) Aspek kinerja ekonomi.
 - b) Keberadaan pasar.
 - c) Dampak ekonomi tidak langsung.
2. Indikator kinerja sosial meliputi:
 - a) Praktik Kerja: karyawan, hubungan manajemen dengan karyawan, keselamatan dan kesehatan kerja, kesempatan kerja.
 - b) Hak Asasi Manusia: praktik dan investasi pengadaan, non diskriminasi, kebebasan berserikat dan berkumpul, buruh anak, kerja paksa, keamanan praktik, masyarakat asli.
 - c) Masyarakat: komunitas, anti korupsi, kebijakan publik, kompetisi, kepatuhan
 - d) Tanggung jawab produk: kesehatan dan keamanan pelanggan, labeling produk dan jasa, komunikasi pemasaran, privasi konsumen.
3. Kinerja lingkungan
 - a) Bahan baku, Energi, Air.
 - b) Keanekaragaman hayati.

- c) Emisi, sungai, dan limbah.
- d) Produk dan jasa.
- e) Ijin pelaksanaan.
- f) Transportasi.
- g) Pakaian kerja.

Dengan menerbitkan *sustainability report*, banyak manfaat yang diperoleh perusahaan. Namun ternyata di Indonesia sendiri, belum banyak perusahaan yang menerbitkan *sustainability report*. Hal tersebut disebabkan karena kendala-kendala seperti berikut (Witoelar, 2005):

1. Rendahnya *Political Will*

Pengungkapan *sustainability report* di Indonesia masih bersifat sukarela (*voluntary*) bukan *mandatory* untuk itu dalam pelaporannya diperlukan *political will* yang kuat dari *top management* sebab mereka yang menentukan kebijakan perusahaan.

2. Tidak Ada Pengukuran Kinerja

Kinerja keuangan dapat diukur dengan menggunakan rasio-rasio keuangan. Rasio-rasio keuangan ini dapat secara langsung dihitung dari laporan keuangan, misalnya rasio likuiditas dan rasio solvabilitas. Kinerja *sustainability report* tidak dapat diukur secara langsung dari kegiatan perusahaan. Tidak ada kepastian apakah kenaikan penjualan perusahaan merupakan pengaruh langsung dari adanya kegiatan sosial perusahaan. Namun, kendala ini dapat diatasi yaitu dengan membuat indikator-indikator

atas dampak kegiatan perusahaan. Indikator ini biasanya bersifat nonkeuangan.

2.1.5. Good Corporate Governance (GCG)

2.1.5.1. Definisi Corporate Governance

Menurut *Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)* yang dikutip dari Surya dan Yustivandana (2006) *Corporate Governance* didefinisikan sebagai berikut:

“Corporate Governance is the system by which business corporation are directed and controlled. The corporate governance structure specific the distribution of the right an responsibilities among different participants in the corporation such as board, manager, shareholders, and other stakeholders, and spells put the rules andf procedures for making decisions on corporate affairs. By doing this, it also provide the structure through wich the company objectives are set, and the means of attaining those objectives and monitoring performance.”

Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa *corporate governance* merupakan sekumpulan hubungan antara perusahaan dan para *stakeholder*-nya (pemegang saham dan pihak lain yang terlibat dalam suatu perusahaan). Di dalam *Corporate Governance* terdapat suatu struktur perangkat yang mencapai tujuan atas pengawasan kinerja.

Komite Cadburry mendefinisikan *Corporate Governance* sebagai sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan dengan tujuan, agar mencapai keseimbangan antara kekuatan kewenangan yang diperlukan perusahaan, untuk

menjamin kelangsungan eksistensinya dan pertanggungjawabannya kepada *stakeholders*.

Berdasarkan dari definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Governance* pada intinya adalah mengenai suatu sistem, proses, dan seperangkat peraturan yang digunakan untuk mengatur hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan sehingga dapat mendorong kinerja perusahaan untuk bekerja secara efisien, menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan.

Pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia, penerapan praktik *Good Corporate Governance* diatur dalam Keputusan Menteri BUMN Nomor KEP-117/M-MBU/2002 pasal 1 tentang penerapan praktik *Good Corporate Governance* pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Berdasarkan peraturan tersebut, *Corporate Governance* adalah:

“Suatu proses dari struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholders* lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika.”

Organ yang dimaksud dalam pengertian di atas adalah rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), komisaris, dan direksi, sedangkan *stakeholder* adalah pihak yang memiliki kepentingan dengan BUMN, baik langsung maupun tidak langsung. *Good Corporate Governance* (GCG) didefinisikan sebagai struktur karena GCG berperan dalam mengatur hubungan antara dewan komisaris, direksi, pemegang

saham, dan *stakeholders* lainnya. Sementara sebagai sebuah proses, GCG memastikan transparansi dan proses perusahaan atas penentuan tujuan perusahaan, pencapaian, dan pengukuran kinerjanya.

2.1.5.2. Prinsip-Prinsip *Corporate Governance*

Pada dasarnya, konsep *Corporate Governance* bertujuan untuk memastikan bahwa pengelolaan perusahaan dilakukan dengan baik dan penuh kepatuhan terhadap berbagai peraturan dan ketentuan yang berlaku (Solihin, 2009 dalam Waryanto, 2010). Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, maka perusahaan harus menerapkan prinsip-prinsip utama dari GCG.

OECD (dalam Surya dan Yustivandana, 2006) menjelaskan bahwa prinsip-prinsip *Corporate Governance* adalah sebagai berikut:

1. *Fairness* (Kewajaran)

Perusahaan harus memberikan kedudukan dan perlakuan yang sama terhadap seluruh pemegang saham, sehingga kerugian akibat perlakuan diskriminatif dapat dicegah sedini mungkin. Dalam hal ini, terutama kepada pemegang saham minoritas.

2. *Disclosure/Transparency* (Keterbukaan/Transparansi)

Pengungkapan informasi mengenai perusahaan harus dilakukan secara akurat dan tepat waktu. Selain itu, perusahaan harus menunjukkan adanya transparansi informasi mengenai semua hal yang penting bagi kinerja perusahaan, kepemilikan, dan para *stakeholder*.

3. *Accountability* (Akuntabilitas)

Perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu perusahaan harus dikelola secara benar, terukur, dan sesuai dengan kepentingan para pemegang saham dan *stakeholders* lainnya.

4. *Responsibility* (Responsibilitas)

Perusahaan harus mematuhi perundang-undangan yang berlaku dan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan perusahaan dapat memperoleh dan mempertahankan nama baik perusahaan.

2.1.5.3. Manfaat dan Tujuan GCG

Penerapan *Corporate Governance* memberikan empat manfaat (FCGI, 2001), yaitu:

1. Meningkatkan kinerja perusahaan melalui terciptanya proses pengambilan keputusan yang lebih baik, meningkatkan efisiensi perusahaan, serta lebih meningkatkan pelayanan kepada *stakeholders*.
2. Mempermudah diperolehnya dana pembiayaan yang lebih murah dan tidak rigid (karena faktor kepercayaan) yang pada akhirnya akan meningkatkan *corporate value*.
3. Mengembalikan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya di Indonesia.

4. Pemegang saham akan merasa puas dengan kinerja perusahaan karena sekaligus akan meningkatkan *shareholders's values* dan dividen.

Surya dan Yustiavandana (2007) mengatakan bahwa tujuan dan manfaat dari penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) adalah:

1. Memudahkan akses terhadap investasi domestik maupun asing.
2. Mendapatkan biaya modal (*cost of capital*) yang lebih murah.
3. Memberikan keputusan yang lebih baik dalam meningkatkan kinerja ekonomi perusahaan.
4. Meningkatkan keyakinan dan kepercayaan dari para pemangku kepentingan.
5. Melindungi direksi dan komisaris dari tuntutan hukum

2.1.5.4. Mekanisme dan Struktur *Corporate Governance*

Mekanisme merupakan cara kerja sesuatu secara tersistem untuk memenuhi persyaratan tertentu. Mekanisme *corporate governance* merupakan suatu prosedur dan hubungan yang jelas antara pihak yang mengambil keputusan dengan pihak yang melakukan kontrol atau pengawasan terhadap keputusan. Menurut Iskander & Chamlou (2000) dalam Lastanti (2004), mekanisme dalam pengawasan *corporate governance* dibagi dalam dua kelompok yaitu *internal* dan *external mechanisms*.

Internal mechanisms adalah cara untuk mengendalikan perusahaan dengan menggunakan struktur dan proses internal seperti rapat umum pemegang saham (RUPS), komposisi dewan direksi, komposisi dewan komisaris dan pertemuan dengan *board of director*. Sedangkan *external mechanisms* adalah cara

mempengaruhi perusahaan selain dengan menggunakan mekanisme internal, seperti pengendalian oleh perusahaan dan pengendalian pasar.

2.1.5.4.1. Dewan Komisaris

Salah satu prinsip *Corporate Governance* menurut *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) adalah menyangkut peranan dewan komisaris. Bentuk dewan komisaris tergantung pada sistem hukum yang dianut. Terdapat dua sistem hukum yang berbeda, yaitu:

1. Sistem satu tingkat atau *one tier system*

Sistem satu tingkat berasal dari sistem hukum *Anglo Saxon*. Pada sistem satu tingkat, perusahaan mempunyai satu dewan direksi yang merupakan kombinasi antara manajer atau pengurus senior (direktur eksekutif) dan direktur independen yang bekerja dengan prinsip paruh waktu (non direktur eksekutif). Negara-negara yang menerapkan sistem ini adalah Amerika Serikat dan Inggris.

2. Sistem dua tingkat atau *two tier system* (FCGI, 2001).

Sistem dua tingkat berasal dari sistem hukum kontinental Eropa. Pada sistem dua tingkat, perusahaan mempunyai dua badan terpisah, yaitu dewan pengawas (dewan komisaris) dan dewan manajemen (dewan direksi). Dewan direksi bertugas mengelola dan mewakili perusahaan sesuai dengan pengarahan dan pengawasan dewan komisaris. Dewan direksi diangkat dan setiap waktu dapat diganti oleh badan pengawas (dewan komisaris). Tugas utama dewan komisaris

adalah bertanggungjawab mengawasi tugas-tugas manajemen. Indonesia termasuk negara yang mengadopsi sistem dua tingkat ini.

Dewan komisaris bertugas dan bertanggungjawab untuk melaksanakan pengawasan dan memberikan nasihat kepada dewan direksi serta memastikan bahwa perusahaan telah melaksanakan GCG sesuai dengan aturan yang berlaku. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007 Pasal 97 yang menjelaskan bahwa Komisaris bertugas mengawasi kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan serta memberikan nasihat kepada direksi. Pengawasan yang dilakukan oleh dewan komisaris adalah dengan menilai tindakan yang dilakukan oleh direksi apakah sesuai dengan pedoman atau kebijakan yang telah ditetapkan sebelumnya (Regar, 2000). Jika terjadi penyimpangan perlu dilakukan tindakan untuk memperbaikinya. Untuk dapat melakukan penilaian tersebut harus tersedia sumber informasi yang diperlukan. Sumber informasi yang paling sering digunakan oleh dewan komisaris adalah berbagai jenis laporan berkala atau insidental yang diterima dari direksi (Regar, 2000).

Menurut Mulyadi (2002) dewan komisaris merupakan wakil dari para pemegang saham yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilakukan oleh manajemen dan mencegah pengendalian yang terlalu banyak di tangan manajemen. Dewan komisaris bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen telah memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern.

Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007 Pasal 108 ayat (5) menjelaskan bahwa bagi perusahaan berbentuk Perseroan Terbatas wajib memiliki paling sedikit 2 (dua) anggota Dewan Komisaris. Oleh karena itu, jumlah anggota Dewan Komisaris di Indonesia bervariasi disesuaikan dengan kompleksitas perusahaan dengan tetap memperhatikan efektivitas dalam pengambilan keputusan. Di Indonesia sendiri jumlah Dewan Komisaris paling banyak tiga dan lima orang (Regar, 2000).

2.1.5.4.2. Dewan Komisaris Independen

Keberadaan dewan komisaris belum memberikan jaminan terlaksananya prinsip-prinsip *Corporate Governance*, khususnya mengenai perlindungan terhadap investor. Untuk mendorong implementasi GCG, dibuatlah sebuah organ tambahan dalam struktur perseroan. Organ tambahan tersebut diharapkan dapat meningkatkan penerapan GCG di dalam perusahaan-perusahaan di Indonesia (Surya dan Yustivandana, 2006). Organ-organ tambahan tersebut antara lain adalah dewan komisaris independen dan komite audit.

Surya dan Yustivandana (2006) menjelaskan bahwa dewan komisaris independen adalah komisaris yang bukan merupakan anggota manajemen, pemegang saham mayoritas, pejabat atau dengan cara lain berhubungan langsung atau tidak langsung dengan pemegang saham mayoritas dari suatu perusahaan yang mengawasi pengelolaan perusahaan. Komisaris independen diharapkan dapat menciptakan

keseimbangan kepentingan berbagai pihak, yaitu pemegang saham utama, direksi, komisaris, manajemen, maupun pemegang saham publik.

Keberadaan dewan komisaris independen diharapkan dapat bersikap netral terhadap segala kebijakan yang dibuat oleh direksi. Keberadaan dewan komisaris independen telah diatur dalam peraturan BEJ yang mewajibkan perusahaan yang sahamnya tercatat di BEJ untuk memiliki dewan komisaris independen sekurang-kurangnya 30% dari seluruh jajaran anggota dewan komisaris (Peraturan BEJ tanggal 19 Juli 2004 dikutip dari Surya dan Yustivandana, 2006). Beberapa kriteria lainnya tentang dewan komisaris independen adalah sebagai berikut:

1. Komisaris Independen tidak memiliki saham baik langsung maupun tidak langsung pada emiten atau perusahaan publik;
2. Komisaris Independen tidak memiliki hubungan afiliasi dengan emiten atau pemegang saham mayoritas dari perusahaan tercatat yang bersangkutan;
3. Komisaris Independen tidak memiliki hubungan afiliasi dengan direktur dan/atau komisaris lainnya dari perusahaan tercatat yang bersangkutan;
4. Komisaris Independen tidak memiliki kedudukan rangkap pada perusahaan lainnya yang terafiliasi dengan perusahaan tercatat yang bersangkutan;
5. Komisaris Independen harus berasal dari luar emiten atau perusahaan publik;
6. Komisaris Independen harus mengerti peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal;

7. Komisaris Independen diusulkan dan dipilih oleh pemegang saham minoritas yang bukan pemegang saham pengendali dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Komisaris independen bersama dewan komisaris memiliki tugas-tugas utama meliputi (Surya dan Yustivandana, 2006):

1. Menilai dan mengarahkan strategi perusahaan, garis-garis besar rencana kerja, kebijakan pengendalian risiko, anggaran tahunan dan rencana usaha; menetapkan sasaran kerja; mengawasi pelaksanaan dan kinerja perusahaan; serta memonitor penggunaan modal perusahaan, investasi, dan penjualan aset. Tugas ini terkait dengan tanggung jawab serta mendukung usaha untuk menjamin penyeimbangan kepentingan manajemen (*accountability*);
2. Menilai sistem penetapan penggajian pejabat pada posisi kunci dan penggajian anggota Dewan Direksi, serta menjamin suatu proses pencalonan anggota Dewan Direksi yang transparan (*transparency*) dan adil (*fairness*);
3. Memonitor dan mengatasi masalah benturan kepentingan pada tingkat manajemen, anggota Dewan Direksi dan anggota Dewan Komisaris, termasuk penyalahgunaan asset dan manipulasi transaksi perusahaan. Tugas ini memberikan perlindungan terhadap hak-hak para pemegang saham (*fairness*);
4. Memonitor pelaksanaan *governance*, dan melakukan perubahan jika diperlukan;
5. Memantau proses keterbukaan dan efektivitas komunikasi dalam perusahaan untuk menyediakan tersedianya informasi yang tepat waktu dan jelas.

2.1.5.4.3. Komite Audit

Selain dewan komisaris independen, komite audit adalah organ tambahan yang diperlukan dalam pelaksanaan prinsip GCG. Komite audit dibentuk oleh dewan komisaris dalam rangka membantu melaksanakan tugas dan fungsinya (Surat Keputusan Ketua Bapepam Kep-29/PM/2004). Menurut Surat Edaran Bapepam Nomor. SE-03/PM/2000 tentang komite audit menjelaskan bahwa tujuan komite audit adalah membantu dewan komisaris untuk:

1. Meningkatkan kualitas laporan keuangan;
2. Menciptakan iklim disiplin dan pengendalian yang dapat mengurangi kesempatan terjadinya penyimpangan dalam pengelolaan perusahaan;
3. Meningkatkan efektivitas fungsi internal audit maupun eksternal audit;
4. Mengidentifikasi hal-hal yang memerlukan perhatian dewan komisaris.

Pada umumnya, komite audit mempunyai tanggung jawab pada tiga bidang, yaitu:

1. Laporan Keuangan

Komite audit bertanggung jawab untuk memastikan bahwa laporan yang dibuat manajemen telah memberikan gambaran yang sebenarnya tentang kondisi keuangan, hasil usaha, rencana, dan komitmen perusahaan jangka panjang.

2. Tata Kelola Perusahaan

Komite audit bertanggung jawab untuk memastikan bahwa perusahaan telah dijalankan sesuai undang-undang dan peraturan yang berlaku dan etika,

melaksanakan pengawasan secara efektif terhadap benturan kepentingan dan kecurangan yang dilakukan oleh karyawan.

3. Pengawasan Perusahaan

Komite Audit bertanggung jawab untuk pengawasan perusahaan termasuk di dalamnya hal-hal yang berpotensi mengandung risiko dan sistem pengendalian intern serta memonitor proses pengawasan yang dilakukan auditor internal.

Komite Audit beranggotakan satu atau lebih anggota Dewan Komisaris. Komite Audit harus diketuai oleh seorang Komisaris Independen (Surat Keputusan Ketua Bapepam Kep-29/PM/2004). Anggota Komite Audit diharuskan memiliki keahlian yang memadai. Berdasarkan Surat Keputusan Ketua Bapepam Kep-29/PM/2004 menyatakan bahwa anggota komite audit harus:

1. Memiliki integritas yang tinggi, kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang sesuai dengan pendidikannya, serta mampu berkomunikasi dengan baik;
2. Salah seorang dari anggota komite audit memiliki latar belakang pendidikan akuntansi atau keuangan;
3. Memiliki pengetahuan yang cukup untuk membaca dan memahami laporan keuangan;
4. Memiliki pengetahuan yang memadai tentang peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal dan peraturan perundang-undangan terkait lainnya.

Komite audit dituntut untuk bertindak secara independen karena komite audit merupakan pihak yang menjembatani antara eksternal auditor dan perusahaan dan juga menjembatani antara fungsi pengawasan dewan komisaris dengan internal

auditor (Surya dan Yustivandana, 2006). Komite audit harus bebas dari pengaruh direksi, eksternal auditor dan hanya bertanggung jawab terhadap Dewan Komisaris (Hasnati, 2003 dalam Surya dan Yustivandana, 2006).

2.1.6. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak dilakukan baik di dalam maupun di luar negeri. Namun penelitian-penelitian yang telah dilakukan berfokus pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam *annual report*. Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) berusaha meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan *leverage* sebagai variabel independen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profil perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian lainnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) yang mengamati tingkat pengungkapan CSR dan menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Penelitian ini menggunakan lima variabel independen yaitu kepemilikan manajemen, *leverage*, ukuran perusahaan, tipe industri, dan profitabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hampir semua perusahaan sampel mengungkapkan kinerja ekonominya, kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian mengenai CSR yang dilakukan di luar negeri antara lain adalah penelitian yang dilakukan oleh Said *et.al.* (2009). Penelitian ini berusaha menyelidiki pengaruh karakteristik *Corporate Governance* terhadap pengungkapan CSR. Sampel penelitian ini adalah 150 perusahaan yang *listed* di Bursa Malaysia pada tahun 2006. Said *et.al.* menggunakan karakteristik *Corporate Governance*, yaitu *board size*, independensi dewan, dualitas CEO, komite audit, kepemilikan manajerial, *foreign ownership*, *government shareholding*. Penelitian ini berhasil menemukan bahwa hanya ada dua variabel yang berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR di Malaysia, yaitu komite audit dan kepemilikan saham oleh pemerintah (*government shareholding*).

Waryanto (2010) melakukan penelitian yang mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Said *et.al.* (2009). Namun, penelitian ini menggunakan sampel yang berbeda yaitu perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2008. Penelitian ini menggunakan sepuluh variabel independen yaitu ukuran dewan komisaris, jumlah rapat dewan komisaris, independensi dewan komisaris, ukuran komite audit, jumlah rapat komite audit, kompetensi komite audit, kepemilikan saham manajerial, kepemilikan saham institusional, kepemilikan saham asing, kepemilikan saham terkonsentrasi. Penelitian ini juga menggunakan variabel kontrol, yaitu ukuran perusahaan dan *leverage*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial hanya faktor kepemilikan saham terkonsentrasi, ukuran perusahaan, dan *leverage* yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian serta literatur yang berkaitan dengan fenomena pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada *stand alone report*, seperti misalnya *sustainability report* nampaknya masih terpusat pada negara-negara Anglo-Amerika (US dan UK). Penelitian yang dilakukan oleh Dilling (2009) menguji apakah terdapat perbedaan antara perusahaan yang menerbitkan dan tidak menerbitkan *sustainability report*. Variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah sektor industri, *long-term growth*, *corporate governance*, *financial performance*.

Penelitian lainnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Michelin dan Parbonetti (2010). Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan-perusahaan di Amerika dan Eropa yang tercatat dalam *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI) dan *Dow Jones Global Index* (DJGI). Penelitian ini meneliti beberapa variabel karakteristik CG antara lain adalah proporsi direktur independen, proporsi anggota *Community Influential*, keberadaan *CSR Committee*, dan Dualitas CEO. Penelitian tersebut menemukan bahwa hanya ada dua faktor yang berpengaruh terhadap luas pengungkapan *sustainability report*, yaitu *Community Influential* dan Dualitas CEO.

Penelitian mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam *sustainability report* di Indonesia masih belum banyak dilakukan dan kebanyakan bersifat kualitatif. Penelitian yang telah dilakukan antara lain adalah penelitian Nugroho (2009). Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis retorika yang digunakan manajemen dalam pelaksanaan *sustainability reporting*. Penelitian ini dilakukan dalam paradigma *interpretive* dan menggunakan pendekatan kualitatif berupa studi kasus pada perusahaan yang telah melaksanakan *sustainability*

reporting. Penelitian lain adalah penelitian yang dilakukan oleh Anke (2009) menganalisis pengungkapan *sustainability report* yang dilakukan oleh PT Semen Gresik, Tbk.

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Variabel	Objek Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Sembiring (2005)	<ul style="list-style-type: none"> • Independen: Size, profitabilitas, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan <i>leverage</i> • Dependen: Pengungkapan CSR 	Laporan keuangan tahunan oleh perusahaan yang terdaftar di BEJ	Regresi Berganda	Ukuran perusahaan, profil perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan variabel profitabilitas dan <i>leverage</i> tidak menunjukkan adanya hubungan dengan pengungkapan CSR.
2.	Anggraini (2006)	<ul style="list-style-type: none"> • Independen: Kepemilikan manajemen, <i>leverage</i>, ukuran perusahaan, tipe industri, profitabilitas • Dependen: Pengungkapan CSR 	Laporan keuangan tahunan oleh perusahaan yang terdaftar di BEJ	Regresi Berganda	Hasil penelitian memperlihatkan bahwa hampir semua perusahaan sampel mengungkapkan kinerja ekonominya, kepemilikan manajemen dan

					tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
3.	Said <i>et.al.</i> (2009)	<ul style="list-style-type: none"> • Independen: <i>Board size</i>, independensi dewan, dualitas CEO, komite audit, kepemilikan manajerial, <i>foreign ownership</i>, <i>government shareholding</i> • Dependen: Pengungkapan CSR 	Annual Report Perusahaan publik di Malaysia	Regresi Berganda	<i>Government ownership</i> dan komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.
4.	Dilling (2009)	<ul style="list-style-type: none"> • Independen: Sektor industri, <i>long-term growth</i>, <i>corporate governance</i>, <i>financial performance</i> • Dependen: Pengungkapan <i>Sustainability Report (SR)</i> 	<i>Annual report</i> dan <i>Sustainability report</i> perusahaan di Eropa	<i>Multivariate Logistic Regression</i>	Sektor industri berhubungan positif dengan <i>sustainability disclosure</i> , <i>long-term growth in revenue</i> berhubungan negatif dengan <i>sustainability disclosure</i> , tidak ada hubungan antara variabel <i>corporate governance</i> dengan variabel <i>sustainability disclosure</i> .
5.	Nugroho (2009)	-	<i>Sustainability report</i> PT. Aneka Tambang	Metode Kualitatif-Analisis semiotik	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam mengungkapk an informasi

				naratif	<p>pelaksanaan CSR dan <i>sustainability</i> perusahaan, Antam menggunakan format pelaporan GRI sebagai pedoman dalam melakukan <i>sustainability reporting</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Antam mengungkapkan informasi CSR melalui laporan tahunan perusahaan dan melaporkan kinerja <i>sustainability</i>-nya secara lebih komprehensif dalam laporan <i>sustainability</i> terpisah dari laporan tahunan. Antam telah melaksanakan <i>sustainability reporting</i> sejak tahun 2006 • Antam telah memenuhi standar pengungkapan yang dipersyaratkan
--	--	--	--	---------	--

					<p>oleh GRI. Namun, ada beberapa indikator pelaksanaan <i>sustainability</i> yang belum dilaporkan oleh Antam</p> <ul style="list-style-type: none"> • Antam telah melaporkan sebanyak 56 indikator pelaksanaan <i>sustainability</i> dari 79 indikator yang dipersyaratkan oleh GRI
6	Anke (2009)	-	<i>Sustainability Report</i> PT Semen Gresik	Metode Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> • PT Semen Gresik telah memenuhi standar pengungkapan yang dipersyaratkan oleh GRI. Namun, ada beberapa indikator pelaksanaan <i>sustainability</i> yang belum dilaporkan oleh PT Semen Gresik • PT Semen Gresik telah melaporkan sebanyak 42 indikator CSR dari 79

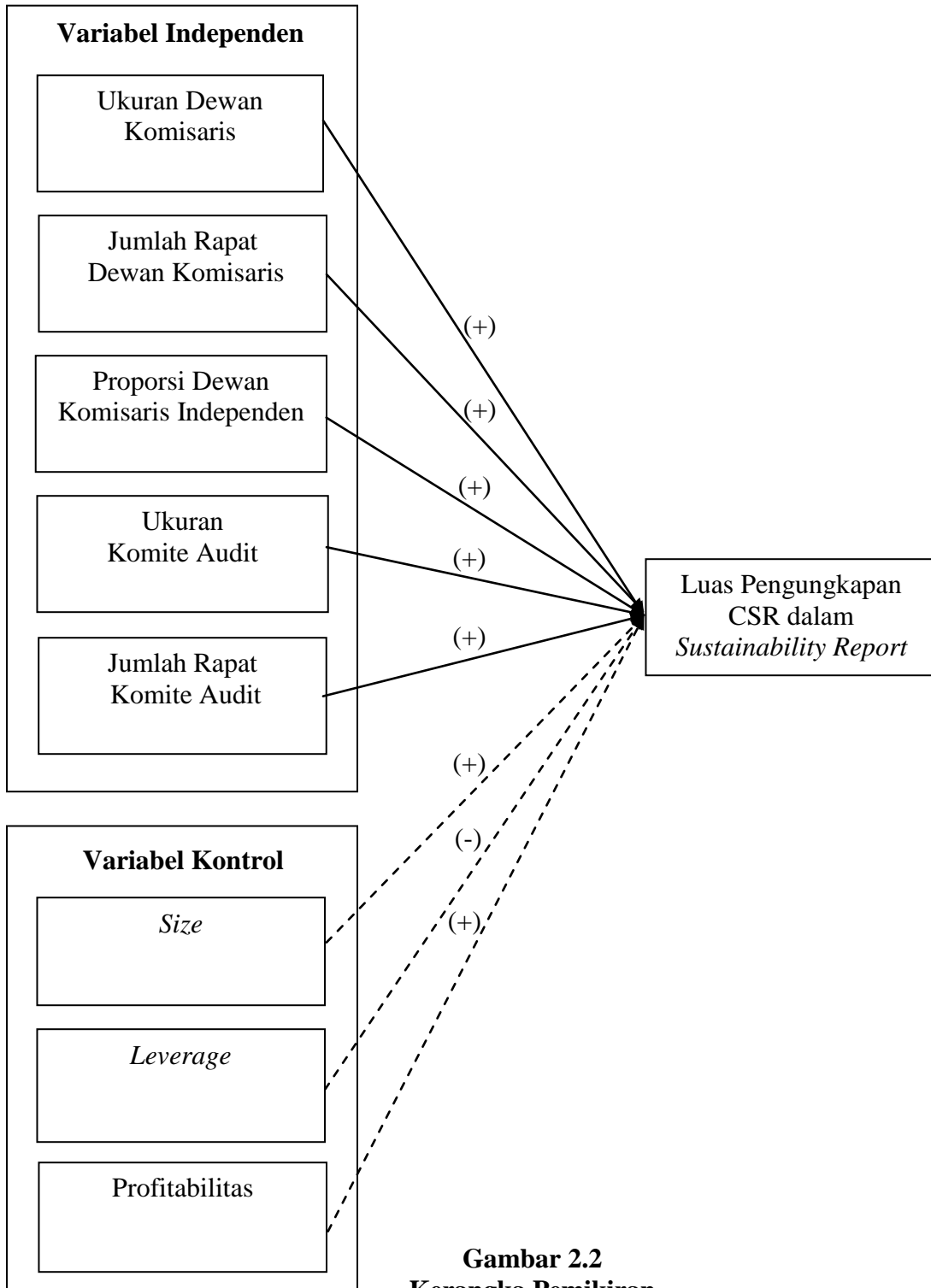
					indikator yang dipersyaratkan oleh GRI
7.	Waryanto (2010)	<ul style="list-style-type: none"> • Independen: Ukuran dewan komisaris, jumlah rapat dewan komisaris, independensi dewan komisaris, ukuran komite audit, jumlah rapat komite audit, kompetensi komite audit, kepemilikan saham manajerial, kepemilikan saham institusional, kepemilikan saham asing, kepemilikan saham terkonsentrasi • Kontrol: Ukuran perusahaan, leverage • Dependen: Pengungkapan CSR 	Annual Report Perusahaan yang terdaftar di BEI	Regresi Berganda	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Faktor Ukuran dewan komisaris, jumlah rapat dewan komisaris, independensi dewan komisaris, ukuran komite audit, jumlah rapat komite audit, kompetensi komite audit, kepemilikan saham manajerial, kepemilikan saham institusional, kepemilikan saham asing, kepemilikan saham terkonsentrasi secara bersama-sama mempengaruhi pengungkapan CSR. • Berdasarkan pengujian secara parsial hanya faktor kepemilikan

					saham terkonsentrasi, ukuran perusahaan, dan leverage yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
6.	Michelon dan Parbonetti (2010)	<ul style="list-style-type: none"> • Independen: <i>Independent directors, duality CEO, community influential members, CSR committee</i> • Kontrol: Size, profitabilitas, leverage, age, listing status, country of origin, tipe industri • Dependen: Pengungkapan sustainability report 	<i>Annual report</i> dan <i>Sustainability report</i> perusahaan di Amerika dan U.K yang termasuk dalam Dow Jones Sustainability Index (DJSI) dan Dow Jones Global Index (DJGI)	<i>Multivariate Regression (Ordinared Least Square)</i>	Hanya Variabel community influential members dan <i>duality CEO</i> yang secara signifikan berpengaruh terhadap pengungkapan <i>sustainability report</i> .

2.2. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan telaah pustaka dan beberapa penelitian terdahulu yang menguji bahwa faktor *Good Corporate Governance* yang dilihat dari ukuran dewan komisaris, jumlah rapat dewan komisaris, proporsi dewan komisaris independen, ukuran komite audit, dan jumlah rapat komite audit dapat mempengaruhi luas pengungkapan

tanggung jawab sosial perusahaan. Oleh karena itu, dibuat model penelitian seperti gambar berikut ini:



Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran

2.3. Pengembangan Hipotesis

2.3.1. Hubungan Ukuran Dewan Komisaris dengan Luas Pengungkapan CSR dalam *Sustainability Report*

Dewan komisaris bertugas dan bertanggungjawab untuk melaksanakan pengawasan dan memberikan nasihat kepada dewan direksi serta memastikan bahwa perusahaan telah melaksanakan GCG sesuai dengan aturan yang berlaku. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007 Pasal 97 yang menjelaskan bahwa komisaris bertugas mengawasi kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan serta memberikan nasihat kepada direksi.

Berdasarkan teori *stakeholder*, dewan komisaris merupakan sebuah mekanisme akuntabilitas yang berperan dalam meyakinkan bahwa perusahaan memenuhi kepentingan para *stakeholder*, bukan hanya kepentingan pemegang saham (*shareholders*) (Hannifa dan Cooke, 2005 dalam Michelin dan Parbonetti, 2010). Untuk mewujudkan akuntabilitas perusahaan, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas, sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial.

Dengan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan yang lebih luas ini, diharapkan perusahaan mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh para *stakeholder* serta dapat mengelola para *stakeholder* agar mendapatkan dukungan oleh para *stakeholder* yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

Penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang positif antara ukuran dewan komisaris dengan tingkat pengungkapan informasi sosial perusahaan antara lain adalah penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara ukuran dewan komisaris dengan tingkat pengungkapan CSR.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ = Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR dalam *Sustainability Report*

2.3.2. Hubungan Jumlah Rapat Dewan Komisaris dengan Luas Pengungkapan CSR dalam *Sustainability Report*

Dewan komisaris bertugas dan bertanggungjawab untuk menjamin pelaksanaan strategi perusahaan, mengawasi manajemen dalam mengelola perusahaan serta mewajibkan terlaksananya akuntabilitas (FCGI, 2002). Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007 Pasal 97 juga menjelaskan bahwa komisaris bertugas mengawasi kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan serta memberikan nasihat kepada direksi.

Berdasarkan teori agensi, terdapat konflik kepentingan antara manajemen (*agent*) dengan para pemegang saham (*principal*). Manajemen berkewajiban untuk mengoptimalkan keuntungan para pemegang saham tetapi manajemen juga menginginkan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya untuk mereka

sendiri. Selain itu, teori agensi juga menjelaskan masalah asimetri informasi. Dimana manajemen sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui informasi internal perusahaan dibandingkan para pemegang saham. Hal tersebut memberikan kesempatan bagi manajemen untuk melakukan tindakan oportunistik seperti manajemen laba untuk memaksimalkan kepentingan pribadinya sehingga dapat merugikan para pemegang saham.

Oleh karena itu, tindakan manajemen harus diawasi oleh komisaris agar tindakan manajemen (direksi) selaras dengan kepentingan perusahaan dan para pemegang saham. Dalam rangka menjalankan tugasnya, dewan komisaris mengadakan rapat-rapat rutin untuk mengevaluasi kebijakan-kebijakan yang diambil oleh dewan direksi (FCGI, 2002).

Rapat dewan komisaris merupakan media komunikasi dan koordinasi diantara anggota-anggota dewan komisaris dalam menjalankan tugasnya sebagai pengawas manajemen. Dalam rapat tersebut, akan membahas masalah mengenai arah dan strategi perusahaan, evaluasi kebijakan yang telah diambil atau dilakukan oleh manajemen, dan mengatasi masalah benturan kepentingan (FCGI, 2002). Oleh karena itu, semakin sering dewan komisaris mengadakan rapat diharapkan *monitoring* (pengawasan) yang dilakukan oleh dewan komisaris akan semakin baik. Dengan demikian, pengungkapan informasi sosial perusahaan juga akan semakin luas.

Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Xie et al. (2003) dalam Waryanto (2010) yang menemukan bahwa semakin sering dewan komisaris mengadakan rapat, maka fungsi pengawasan semakin efektif sehingga pengungkapan

yang dilakukan perusahaan akan semakin luas. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₂ = Jumlah Rapat Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR dalam *Sustainability Report*

2.3.3. Hubungan Proporsi Dewan Komisaris Independen dengan Luas Pengungkapan CSR dalam *Sustainability Report*

Komisaris Independen adalah komisaris yang bukan merupakan anggota manajemen, pemegang saham mayoritas, pejabat atau dengan cara lain berhubungan langsung atau tidak langsung dengan pemegang saham mayoritas dari suatu perusahaan yang mengawasi pengelolaan perusahaan (Surya dan Yustivandana, 2006). Komisaris Independen diperlukan untuk meningkatkan independensi Dewan dari manajemen (Michelon dan Parbonetti, 2010).

Komisaris independen diperlukan untuk meningkatkan independensi dewan komisaris terhadap kepentingan para pemegang saham dan benar-benar menempatkan kepentingan perusahaan di atas kepentingan lain (Muntoro, 2006). Dengan demikian, semakin besar proporsi dewan komisaris independen, maka kemampuan dewan komisaris untuk mengambil keputusan dalam rangka melindungi seluruh *stakeholder* semakin objektif.

Keberadaan Komisaris Independen diharapkan dapat bersikap netral terhadap segala kebijakan yang dibuat oleh direksi. Karena komisaris independen tidak terpengaruh oleh manajemen, mereka cenderung mendorong perusahaan untuk

mengungkapkan informasi yang lebih luas kepada para *stakeholder*-nya. Dengan demikian, semakin besar proporsi dewan komisaris dalam dewan dapat mendorong pengungkapan informasi sosial dan lingkungan yang lebih luas.

Penelitian yang dilakukan oleh Webb (2004) dalam Said, et.al (2009) menunjukkan bahwa dewan komisaris independen memainkan peran penting dalam meningkatkan *image* perusahaan. Oleh karena itu, dewan komisaris independen dapat mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungannya karena hal tersebut dapat meningkatkan *image* perusahaan di mata masyarakat. Tricker (1984) dan Hanifa dan Cooke (2005) dalam Parbonetti (2010) menyatakan bahwa direktur independen berusaha mempublikasikan aktivitas perusahaan dan memberikan tekanan pada perusahaan untuk mengungkapkan laporan *sustainability* dalam rangka memastikan keselarasan antara keputusan organisasi, tindakan perusahaan dengan nilai-nilai sosial dan legitimasi perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₃ = Proporsi Dewan Komisaris Independen berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR dalam *Sustainability Report*

2.3.4. Hubungan Ukuran Komite Audit dengan Luas Pengungkapan CSR dalam *Sustainability Report*

Komite audit merupakan komite yang bertugas membantu dewan komisaris dalam melakukan pengawasan terhadap manajemen. Berdasarkan keputusan Ketua

Bapepam Nomor Kep-29/PM/2004 dalam peraturan Nomor IX.I.5 disebutkan bahwa komite audit yang dimiliki oleh perusahaan minimal terdiri dari tiga orang di mana sekurang-kurangnya satu orang berasal dari anggota komisaris independen dan dua orang lainnya berasal dari luar emiten atau perusahaan publik.

Komite audit merupakan alat yang efektif untuk melakukan mekanisme pengawasan, sehingga dapat mengurangi biaya agensi dan meningkatkan kualitas pengungkapan perusahaan (Foker, 1992 dalam Said *et.al*, 2009). Penelitian yang dilakukan oleh Ho dan Wong (2001) dalam Said *et.al*. (2009) menyatakan bahwa keberadaan komite audit berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) yang dilakukan perusahaan. Dengan demikian, dengan ukuran komite audit yang semakin besar diharapkan pengawasan yang dilakukan akan semakin baik dan dapat meningkatkan pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₄ = Ukuran Komite Audit berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR dalam *Sustainability Report*

2.3.5. Hubungan Jumlah Rapat Komite Audit dengan Luas Pengungkapan CSR dalam *Sustainability Report*

Berdasarkan keputusan ketua Bapepam Nomor Kep-24/PM/2004 dalam peraturan Nomor IX I.5 disebutkan bahwa komite audit mengadakan rapat sekurang-

kurangnya sama dengan ketentuan minimal rapat dewan komisaris yang ditetapkan dalam anggaran dasar perusahaan.

Rapat komite audit merupakan koordinasi antara anggota-anggotanya agar dapat menjalankan tugas secara efektif dalam hal pengawasan laporan keuangan, pengendalian internal, dan pelaksanaan GCG perusahaan. Dengan semakin sering mengadakan rapat, maka koordinasi komite audit akan semakin baik sehingga dapat melaksanakan pengawasan terhadap manajemen dengan lebih efektif dan diharapkan dapat mendukung peningkatan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₅ = Jumlah Rapat Komite Audit berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR dalam *Sustainability Report*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah bagaimana menemukan dan mengukur variabel-variabel tersebut di lapangan dengan merumuskan secara singkat dan jelas, serta tidak menimbulkan berbagai tafsiran (Sekaran, 2003). Adapun definisi operasional atas variabel-variabel dalam penelitian akan dijelaskan dalam penjelasan di bawah ini.

3.1.1. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan CSR dalam *sustainability report* yang dinyatakan dalam *corporate sustainability disclosure* (CSD). CSD merupakan tingkat pengungkapan laporan aktivitas perusahaan dan dampak dari aktivitas tersebut sebagai tanggung jawab kepada *stakeholder* mengenai kinerja organisasi dalam mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan (*Global Reporting Initiative*, 2006).

Pengungkapan CSR dalam *sustainability report* ditentukan dengan menggunakan analisis isi (*content analysis*). Analisis isi merupakan sebuah metode pengkodekifkasian sebuah teks (isi) dari sebagian tulisan ke dalam berbagai kelompok atau kategori berdasarkan pada kriteria tertentu (Webber, Weber, 1988 dalam Said, *et al.*, 2009). Metode ini telah diadopsi secara luas dalam penelitian-penelitian terdahulu mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Abbot dan Monsen,

1979; Guthrie dan Parker, 1990; Hackston dan Milne, 1996 dalam Michelin dan Parbonetti, 2010).

Analisis isi dilakukan terhadap *sustainability report*. Analisis isi didasarkan pada pedoman GRI yang berfokus pada *triple bottom line* (pengungkapan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan). Pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan dibandingkan dengan jumlah pengungkapan yang disyaratkan dalam GRI yang meliputi 79 item pengungkapan. Apabila item informasi yang ditentukan diungkapkan maka diberi skor 1, dan jika item informasi tidak diungkapkan maka diberi skor 0. Pengukuran pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan secara *non repeated* artinya hanya menghitung satu kali untuk tiap item tanpa mempertimbangkan item tersebut diungkapkan lagi dalam bagian lain dengan bahasa yang berbeda.

3.1.2. Variabel Independen

3.1.2.1. Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran Dewan Komisaris yang dimaksud dalam penelitian ini adalah banyaknya jumlah anggota Dewan Komisaris dalam suatu perusahaan. Ukuran Dewan komisaris diukur dengan menghitung jumlah anggota Dewan Komisaris dalam suatu perusahaan yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan.

3.1.2.2. Jumlah Rapat Dewan Komisaris

Jumlah rapat Dewan Komisaris adalah jumlah pertemuan atau rapat yang dilakukan oleh Dewan Komisaris dalam waktu satu tahun. Jumlah rapat Dewan

Komisaris diukur dengan melihat jumlah rapat yang dilakukan oleh Dewan Komisaris pada laporan tahunan perusahaan.

3.1.2.3. Proporsi Dewan Komisaris Independen

Komisaris Independen adalah komisaris yang bukan merupakan anggota manajemen, pemegang saham mayoritas, pejabat atau dengan cara lain berhubungan langsung atau tidak langsung dengan pemegang saham mayoritas dari suatu perusahaan yang mengawasi pengelolaan perusahaan (Surya dan Yustivandana, 2006). Proporsi Dewan Komisaris Independen diukur dengan rasio antara jumlah anggota Komisaris Independen dibandingkan dengan total anggota Dewan Komisaris.

3.1.2.4. Ukuran Komite Audit

Ukuran Komite Audit merupakan jumlah seluruh anggota Komite Audit dalam suatu perusahaan. Ukuran Komite Audit diukur dengan menghitung jumlah anggota Komite Audit dalam suatu perusahaan yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan.

3.1.2.5. Jumlah Rapat Komite Audit

Jumlah rapat Komite Audit adalah jumlah pertemuan atau rapat yang dilakukan oleh Komite Audit dalam waktu satu tahun. Jumlah rapat Komite Audit diukur dengan melihat jumlah rapat yang dilakukan oleh Komite Audit pada laporan tahunan atau *sustainability report* perusahaan.

3.1.3. Variabel Kontrol

Penelitian ini menggunakan tiga variabel kontrol, yaitu *size* (total asset), *leverage* (DER), dan profitabilitas (ROE) yang telah digunakan secara luas oleh peneliti terdahulu. Variabel kontrol adalah variabel yang dikontrol oleh peneliti, sehingga hubungan antara variabel dependen dan variabel independen tidak dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar yang diteliti. Oleh karena itu, dengan mengontrol ketiga variabel ini akan meningkatkan hubungan antara karakteristik *Corporate Governance* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam *sustainability report*.

3.1.3.1. Size

Ukuran perusahaan merupakan ukuran mengenai besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat ditentukan dari jumlah karyawan, total aktiva, total penjualan, atau peringkat indeks (Hekston dan Milne, 1996). Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat ukuran perusahaan adalah total aktiva karena ukuran perusahaan merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang tampak dalam nilai total asset perusahaan pada neraca akhir tahun.

Ukuran perusahaan dirumuskan sebagai berikut:

$$SIZE = \ln (\text{total asset})$$

3.1.3.2. Leverage

Leverage menggambarkan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang dalam membiayai kegiatan operasinya. Selain itu, *leverage* juga memberikan

gambaran tentang mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *leverage* adalah *Debt To Equity Ratio* (DER).

Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus :

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

3.1.3.3. Profitabilitas

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

Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus :

$$\text{Profitabilitas (ROE)} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang menerbitkan *sustainability report*. Periode pengamatan dalam penelitian ini adalah tahun 2006-2009. Pemilihan tahun ini didasarkan pada fakta bahwa salah satu perusahaan di Indonesia mulai menerbitkan *sustainability report* pada tahun 2006, yaitu PT. Aneka Tambang, Tbk. (ANTAM). Lama periode pengamatan dalam penelitian ini adalah 3 tahun, hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan jumlah data yang cukup, karena perusahaan yang menerbitkan *sustainability report* masih sedikit.

Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan yang dipilih berdasarkan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel sesuai dengan kriteria tertentu. Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mempublikasikan *annual report* lengkap selama tahun 2006-2009.
2. Mempublikasikan *sustainability report* atau mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial lainnya selama tahun 2006-2009.
3. Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa *sustainability report* untuk data yang berkaitan dengan variabel dependen dan laporan tahunan (*annual report*) untuk data yang berkaitan dengan variabel

independen yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) dan situs web resmi masing-masing perusahaan.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Teknik atau metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi adalah penggunaan data atau informasi subjek, objek, atau dokumen yang sudah ada (Arikunto, 2002). Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penelusuran dan pencatatan informasi yang diperlukan dari data sekunder yaitu *sustainability report* dan *annual report* perusahaan. Data dari perusahaan-perusahaan yang memenuhi kriteria selama periode pengamatan akan digabungkan dan dijadikan sebagai sampel penelitian (metode *pooling* data atau penggabungan data). Keunggulan pengumpulan data secara *pooling* data adalah kemungkinan diperolehnya jumlah sampel yang lebih besar yang diharapkan dapat meningkatkan *power of test* dari penelitian ini (Kuncoro, 2004).

3.5. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian regresi berganda. Pengujian regresi berganda dapat dilakukan setelah model dari penelitian ini memenuhi syarat-syarat lolos dari asumsi klasik. Syarat-syarat tersebut harus terdistribusi secara normal, tidak mengandung multikolinearitas, dan heterokedasitas.

Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolearitas, uji normalitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedisitas sebelum

melakukan pengujian hipotesis. Selain itu, perlu dilakukan analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai suatu data.

3.5.1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data sehingga menjadikan sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah untuk dipahami, yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), median, modus, standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum (Ghozali, 2007). Statistik deskriptif menyajikan ukuran-ukuran numerik yang sangat penting bagi data sampel. Uji Statistik deskriptif tersebut dilakukan dengan program SPSS 17.

3.5.2. Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji model. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel-variabelnya memiliki distribusi normal atau tidak. Data yang terdistribusi normal akan memperkecil kemungkinan terjadinya bias. Model Regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil (Ghozali, 2006).

Cara untuk mendeteksi apakah residual memiliki distribusi normal atau tidak, yaitu dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Metode lain yaitu dengan

melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2006).

3.5.2.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Uji ini merupakan uji model. Model Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen (Ghozali, 2006). Multikolinearitas dapat dilihat dengan cara menganalisis nilai VIF (Variance Inflation Factor). Suatu model regresi menunjukkan adanya Multikolinearitas jika: (1) Tingkat korelasi $> 95\%$, (2) Nilai Tolerance $< 0,10$, atau (3) Nilai VIF > 10 . Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen (Ghozali, 2006).

3.5.2.3. 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 lain tetap, maka disebut homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2006).

Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatterplot. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu, maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta

titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.2.4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika ada korelasi maka terjadi autokorelasi.

Ada beberapa cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi, diantaranya melalui uji Durbin-Watson (DW-Test). Dengan menggunakan uji Durbin Watson ini, akan didapatkan nilai DW. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel (n) dan jumlah variabel. Suatu model dapat dikatakan bebas dari autokorelasi positif ataupun autokorelasi negatif apabila nilai DW tersebut lebih besar dari batas atas (du) dan kurang dari $4-du$. Selain itu, uji autokorelasi dapat juga dilakukan dengan menggunakan statistik non-parametrik, yaitu dengan Run Test.

3.5.3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi berganda digunakan untuk memprediksi hubungan antara karakteristik GCG dengan pengungkapan *sustainability* perusahaan. Adapun persamaan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{CSD} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{DEKOM} + \alpha_2 \text{RAKOM} + \alpha_3 \text{KOMIND} + \alpha_4 \text{KOMDIT} + \alpha_5 \text{RADIT} \\ + \alpha_6 \text{SIZE} + \alpha_7 \text{LEV} + \alpha_8 \text{PROF} + \varepsilon$$

Keterangan:

CSD : Indeks Pengungkapan CSR dalam *Sustainability Report*

DEKOM : Ukuran Dewan Komisaris

RAKOM : Jumlah Rapat Dewan Komisaris

KOMIND : Proporsi Dewan Komisaris Independen

KOMDIT : Ukuran Komite Audit

RADIT : Jumlah Rapat Komite Audit

SIZE : Ukuran Perusahaan dihitung dengan Ln Total Aset

LEV : Rasio Leverage (*Debt to Equity Ratio*)

PROF : Profitabilitas Perusahaan dilihat dari ROE (*Return on Equity*)

ε : Error

3.5.4. Pengujian Hipotesis

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *goodness of fitnya*. Secara statistik, setidaknya *goodness of fit* dapat diukur dari nilai determinasi (R^2), nilai statistik F dan nilai uji statistik t.

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

a) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi merupakan uji model. Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dari sini akan diketahui seberapa besar variabel dependen. Dari sini akan diketahui seberapa besar variabel dependen mampu dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2007).

b) Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F merupakan uji model yang menunjukkan apakah model regresi fit untuk diolah lebih lanjut. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

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

c) Uji t (Uji Parsial)

Pengujian ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2006).

Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$).

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

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