

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN  
TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG  
JAWAB SOSIAL DALAM LAPORAN  
TAHUNAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR  
PADA BURSA EFEK INDONESIA**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Prasyarat  
Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi  
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

**ANGGA BUDI PREMANA**

**NIM. C2C604177**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2011**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Penyusun : Angga Budi Premana

Nomor Induk Mahasiswa : C2C604177

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH KARAKTERISTIK  
PERUSAHAAN TERHADAP  
PENGUNGKAPAN TANGGUNG  
JAWAB SOSIAL DALAM LAPORAN  
TAHUNAN PERUSAHAAN  
MANUFAKTUR PADA BURSA EFEK  
INDONESIA**

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

Semarang, 14 Juni 2011

Dosen Pembimbing,

**Drs. H.Sudarno, Msi, Akt, Ph.D**

**NIP. 131875457**

## **PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Nama Mahasiswa : Angga Budi Premana  
Nomor Induk Mahasiswa : C2C 604 177  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi  
Judul Skripsi : **PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN  
TERHADAP PENGUNGKAPAN  
TANGGUNGJAWAB SOSIAL DALAM  
LAPORAN TAHUNAN PERUSAHAAN  
MANUFAKTUR PADA BURSA EFEK  
INDONESIA**

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 27 Juni 2011**

Tim Penguji :

1. Drs. H. Sudarno, M.Si., Ph.D., Akt. ( )
2. Wahyu Meiranto, S.E., M.Si., Akt ( )
3. Puji Harto, S.E., M.Si., Akt ( )

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, **Angga Budi Premana**, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL DALAM LAPORAN TAHUNAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR PADA BURSA EFEK INDONESIA**, 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 suatu pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

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

Semarang, 14 Juni 2011

Yang membuat pernyataan,

**Angga Budi Premana**

**NIM: C2C604177**

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze and provide empirical evidence of the influence of firm characteristics on the broad disclosure of corporate social responsibility. Firm characteristics used in this study are size which proxied by total assets owned by the company, leverage, profitability which proxied with Return on Assets (ROA), and the ownership base. Ownership base distinguished by foreign and domestic ownership. While the Social Disclosure measured by Corporate Social Disclosure Index (CSDI).*

*This study is a quantitative model using multiple regression analysis to determine the direction and effect relationship dependent and independent variables. Multiple regression analysis performed on timeseries data for the period 2008-2009 in 41 manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange (BEI). Thus, the total object of the study was 82.*

*The results showed that the only leverage and total assets can significantly affect the area of corporate social disclosure. Leverage indicates a negative direction where the smaller the level of leverage of an enterprise, the broader level of its social disclosure. Management with high level of leverage tend to reduce social responsibility disclosures they made to avoid the attention of the debtholders. While total assets showed a positive direction where the greater the total assets held by the companies, the broader social disclosure they made. The higher the asset held, the higher the impact that will result, including social and environmental impacts.*

*Key words: Size, Total Assets, Leverage, Profitability, Return on Assets, Ownership Base, Corporate Social Disclosure Index (CSDI)*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris pengaruh karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Karakteristik perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *size* yang di proksikan dengan total *asset* yang dikuasai perusahaan, *leverage*, Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Asset* (ROA), dan Basis Kepemilikan. Basis Kepemilikan dibedakan berdasarkan basis kepemilikan asing dan dalam negeri. Sedangkan Pengungkapan Sosial diukur berdasarkan *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI).

Penelitian ini merupakan model kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi berganda untuk mengetahui arah dan pengaruh hubungan variabel dependen dan independen. Analisis regresi berganda dilakukan pada data *timeseries* selama periode 2008-2009 yaitu pada 41 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dengan demikian maka total objek penelitian adalah 82.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya *leverage* dan total *asset* yang dapat berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan sosial perusahaan. *Leverage* menunjukkan arah negatif dimana semakin kecil tingkat *leverage* suatu perusahaan, semakin luas tingkat pengungkapan sosialnya. manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Sedangkan total *asset* menunjukkan arah positif dimana semakin besar total *asset* yang dikuasai perusahaan, semakin luas pengungkapan sosial yang dilakukan. Semakin tinggi asset yang dikuasai, maka semakin tinggi dampak yang akan ditimbulkan termasuk dampak sosial dan lingkungan.

Kata kunci: *Size*, *Total Asset*, *Leverage*, Profitabilitas, *Return On Asset*, Basis Kepemilikan, *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI)

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Pada Bursa Efek Indonesia “ sebagai salah satu syarat untuk memenuhi ujian tingkat sarjana jurusan akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Drs. H.M Nasir, M.Si ., Akt ., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
2. Drs. Darsono, SE., MBA ., Akt ., selaku dosen wali.
3. Drs. H.Sudarno, M.Si., Akt., Ph.D selaku ketua jurusan Akuntansi Reguler 2 dan selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dan memberi bimbingan serta arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro yang selama ini telah memberikan pengajaran yang berkaitan dengan studi penulis.
5. Orang tuaku tercinta, Bapak Basuki dan Ibu Erni Moelyaningsih terima kasih atas doa, dukungan, dan semangat selama ini.
6. Keluarga besar Soekesi Soediby, terima kasih atas doa dan dukungannya.

7. Femega Dian Putriani terimakasih buat semuanya.
8. Teman – teman Villa Band, Ricky, Moreno, Fajerin terima kasih atas dukungannya.
9. Teman - temanku, Faisal Muttaqin, Hardian Sinaga, Yoga Nata, Apririo, dan teman teman Akuntansi kelas A dan B angkatan 2004 terimakasih atas kerjasamanya selama ini.
10. Untuk semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak. Semoga penelitian ini memberi manfaat bagi pembaca.

Semarang, 14 Juni 2011

Angga Budi Premana

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 -Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	7
1.4 Sistematika Penulisan .....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	9
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Teori Legitimasi.....	9
2.1.2 Teori Agensi .....	10
2.1.3 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial .....	11

2.1.4 Karakteristik Perusahaan .....	15
2.1.4.1 <i>Size</i> Perusahaan .....	15
2.1.4.2 Leverage .....	15
2.1.4.3 Profitabilitas .....	16
2.1.4.4 Basis Kepemilikan .....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	18
2.3 Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesisi .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	24
3.1.1 Variabel Dependen .....	24
3.1.1.1 Pengungkapan Tanggung jawab Sosial .....	24
3.1.2 Variabel Independen .....	25
3.1.2.1 <i>Size</i> Perusahaan .....	25
3.1.2.2 <i>Leverage</i> .....	26
3.1.2.3 Profitabilitas .....	27
3.1.2.4 Basis Kepemilikan .....	27
3.2 Populasi dan Sampel .....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	28
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	29
3.5 Metode Analisis .....	29
3.5.1 Statistik Deskriptif .....	29
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	30
3.5.2.1 Uji Multikolinieritas .....	30

3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas .....	30
3.5.2.3 Uji Autokorelasi .....	31
3.5.2.4 Uji Normalitas .....	32
3.5.3 Analisis Regresi .....	33
3.5.3.1 Uji Statistik $F$ .....	34
3.5.3.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	34
3.5.3.3 Uji Statistik $t$ .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	36
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	36
4.2. Analisis Data .....	38
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	37
4.2.2 Uji Asumsi Klasik .....	41
4.2.2.1 Uji Multikolinieritas.....	41
4.2.2.2 Uji heteroskedastisitas.....	41
4.2.2.3 Uji Autokorelasi.....	42
4.2.2.4 Uji Normalitas .....	43
4.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis .....	45
4.2.3.1 Uji Statistik $F$ .....	45
4.2.3.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	46
4.2.3.3 Uji Statistik $t$ .....	46
4.3. Pembahasan .....	48
4.3.1. Hubungan Antara Total <i>Asset</i> yang dikuasai dengan Luas Pengungkapan Sosial.....	48

4.3.2. Hubungan Antara Tingkat Leverage dengan Luas Pengungkapan Sosial Perusahaan .....	49
4.3.3. Hubungan Antara <i>Return On Asset</i> dengan Luas Pengungkapan Sosial Perusahaan .....	50
4.3.4. Hubungan Antara Basis Kepemilikan dengan Luas Pengungkapan Sosial Perusahaan .....	51
BAB V PENUTUP .....	52
5.1. Kesimpulan.....	52
5.2. Keterbatasan .....	53
5.3. Implikasi dan Saran .....	53

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 4.1	Prosedur Penetapan Sampel .....	36
Tabel 4.2	Jumlah Pengungkapan Sampel Penelitian.....	37
Tabel 4.3	Hasil Analisis Deskriptif (1) .....	39
Tabel 4.4	Hasil Analisis Deskriptif (2) .....	40
Tabel 4.5	Hasil Uji Multikolinieritas .....	41
Tabel 4.6	Hasil Uji Autokorelasi .....	43
Tabel 4.7	Uji <i>Non</i> Parametrik .....	45
Tabel 4.8	Statistit <i>F</i> Model .....	45
Tabel 4.9	Koefisien Determinasi Model .....	46
Tabel 4.10	Statistik <i>t</i> Model .....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran .....	23
Gambar 4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas ( <i>Scatterplot</i> ) .....	42
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas (Histogram) .....	44
Gambar 4.3	Hasil Uji Normalitas ( <i>Normal Plot</i> ) .....	44

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di tengah semakin berkembangnya teknologi informasi, masyarakat menjadi semakin kritis dengan segala informasi yang menyangkut tentang semua kegiatan perusahaan, termasuk aktivitas tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Informasi merupakan kebutuhan penting bagi para investor dan calon investor dalam proses pengambilan keputusan. Adanya informasi yang lengkap dan akurat dapat membantu investor untuk melakukan pengambilan keputusan secara tepat sehingga hasilnya sesuai dengan yang diharapkan. Di era persaingan yang semakin ketat seperti saat ini, perusahaan dituntut untuk lebih terbuka dalam menyampaikan informasi, terlebih lagi bagi perusahaan yang telah *go public* di pasar modal. Keterbukaan perusahaan dapat berupa penyampaian informasi perusahaan secara berkualitas. Bagi para investor, informasi yang disampaikan oleh manajemen perusahaan dijadikan sebagai alat analisis dan pengawasan terhadap kinerja manajemen perusahaan. Sementara bagi manajemen, keterbukaan informasi dimaksudkan untuk menunjukkan keseriusan dalam mengelola perusahaan secara profesional, sehingga dapat mempengaruhi para investor dalam mengambil keputusan investasi (Hadi dan Sabeni, 2002).

Pergeseran akuntansi konvensional yang dianggap sudah tidak bisa mewakili masyarakat luas memaksa munculnya suatu konsep akuntansi, yaitu akuntansi pertanggungjawaban sosial (*Social Responsibility Accounting / SRA*). Pengimplementasian SRA dalam perusahaan itulah yang dikenal menjadi tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility / CSR*) dan disosialisasikan kepada publik melalui pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan.

Pada dekade terakhir ini pertumbuhan kesadaran publik terhadap peran perusahaan semakin meningkat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan yang dianggap telah memberi kontribusi terhadap kemajuan ekonomi dan teknologi tetapi perusahaan tersebut mendapat banyak kritik karena telah menciptakan masalah sosial. Polusi, penyusutan sumber daya, limbah, mutu dan keamanan produk, hak dan status karyawan dan kekuatan dari perusahaan besar merupakan isu-isu yang menjadi perhatian saat ini terus meningkat. (Gray et al., 1987 dalam Yuliani 2003)

Pertumbuhan kesadaran tanggung jawab sosial perusahaan mengakibatkan adanya kritik terhadap penggunaan laba sebagai satu-satunya alat ukur kinerja perusahaan. Sebagai respon, beberapa institusi akuntansi utama (*American Institute of Certified Public Accountants, National Association of Accountants*) mulai memikirkan akuntansi sosial perusahaan pada pertengahan tahun 1970 (Ramanathan, 1976 dalam Hackston dan Milne, 1996).

Tekanan muncul dari berbagai pihak, khususnya *stakeholder*, terhadap sektor swasta untuk menerima tanggung jawab dampak pengaruh aktivitas bisnis

terhadap masyarakat. Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada investor dan manajemen tetapi juga pada masyarakat yang lebih luas (Hackston dan Milne, 1996). Oleh karenanya perusahaan diminta agar dapat memberikan informasi mengenai perusahaan lebih transparan. Adapun informasi tersebut tertuang dalam laporan tahunan perusahaan yang telah *go publik*. Diharapkan laporan tahunan tersebut dapat menjadi media komunikasi antara perusahaan dan masyarakat.

Pengungkapan informasi dalam laporan tahunan perusahaan itu dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) merupakan pengungkapan minimum yang harus diungkapkan (diwajibkan peraturan). Sedangkan pengungkapan sukarela (*voluntary discosure*) dapat diartikan perusahaan bebas memilih jenis informasi yang akan diungkapkan yang sekiranya dapat mendukung dalam pengambilan keputusan. Adapun salah satu jenis pengungkapan informasi sukarela adalah pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan. Di Indonesia, peraturan yang mengatur tentang *disclosure* adalah keputusan BAPEPAM No. Kep -38/ PM/ 1996 (Hadi dan Sabeni, 2002). Pengungkapan sosial muncul karena adanya kesadaran masyarakat tentang lingkungan sekitar, keberhasilan perusahaan tidak hanya pada laba semata tetapi ditentukan juga oleh kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar ( Yuliani, 2003).

Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) no. I (revisi 2007) paragraf sembilan secara eksplisit

menyarankan untuk melakukan pengungkapan pertanggungjawaban sosial akan masalah sosial:

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

Dengan adanya PSAK no. I tersebut diharapkan kesadaran perusahaan terhadap lingkungan akan semakin bertambah.

Berbagai penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial mempunyai keberagaman hasil. Seperti penelitian yang dilakukan Devina (2004) yang menggunakan variabel size, tipe industri, karakteristik high profil, ROA dan basis kepemilikan menunjukkan hasil bahwa size perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial. Tipe industri berpengaruh positif signifikan, karakteristik high profil perusahaan berupaya memperluas ruang lingkup pengungkapan pertanggungjawaban sosial. Sedangkan ROA dan basis kepemilikan tidak berpengaruh terhadap pertanggungjawaban sosial.

Dalam penelitian Sembiring (2005) dan Sulastini (2007) mengungkapkan bahwa size perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pertanggungjawaban sosial perusahaan. Profitabilitas tidak berpengaruh secara parsial dan dewan komisaris berpengaruh signifikan. Sedangkan Rawi (2008) menunjukkan hasil bahwa hanya kepemilikan manajerial saja yang mempunyai pengaruh signifikan

terhadap pertanggungjawaban sosial. Kepemilikan institusi, umur, total asset dan leverage tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pertanggungjawaban sosial.

Veronica (2008) mengungkapkan hanya ROA dan Dewan Komisaris saja yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan sosial. Sedangkan variabel penelitian lain yaitu size, leverage tidak berpengaruh secara signifikan.

Adapun dampak sosial yang ditimbulkan oleh masing-masing perusahaan tentunya tidak selalu sama, mengingat banyak faktor yang membedakan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya sekalipun mereka berada dalam satu jenis usaha yang sama. Faktor-faktor yang membedakan perusahaan tersebut disebut dengan karakteristik perusahaan, yang diantaranya *size* (ukuran perusahaan), *profitabilitas*, *basis* kepemilikan, tingkat likuiditas, umur perusahaan, tipe industri, *Leverage* dll. Semakin kuat karakteristik yang dimiliki oleh suatu perusahaan tersebut dalam menghasilkan dampak sosial bagi publik tentunya menghasilkan pemenuhan tanggung jawab sosial yang kuat terhadap publik.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang masih menunjukkan hasil yang belum konsisten terhadap pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh karakteristik perusahaan khususnya variabel size, leverage, profitabilitas, dan basis kepemilikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial pada perusahaan manufaktur.

## 1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *size* perusahaan berdasarkan *asset* yang dikuasai mempunyai pengaruh terhadap luas pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan yang *go publik* di Indonesia pada laporan tahunan?
2. Apakah *Leverage* mempunyai pengaruh terhadap luas pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan yang *go publik* di Indonesia pada laporan tahunan?
3. Apakah *profitabilitas* yang diukur dengan ROA mempunyai pengaruh terhadap luas pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan yang *go publik* di Indonesia pada laporan tahunan?
4. Apakah *basis* kepemilikan mempunyai pengaruh terhadap luas pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan yang *go publik* di Indonesia pada laporan tahunan?

## 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis dan memberikan bukti empiris atas:

1. Pengaruh *size* perusahaan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial dalam laporan tahunan
2. Pengaruh *Leverage* perusahaan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial dalam laporan tahunan

3. Pengaruh *profitabilitas* perusahaan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial dalam laporan tahunan
4. Pengaruh *basis* kepemilikan perusahaan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial dalam laporan tahunan

Kegunaan Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan pengungkapan sukarela khususnya pengungkapan tanggungjawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan ( bagi praktisi ).
2. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori, terutama berkaitan dengan praktek pengungkapan laporan tahunan perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan ( bagi praktisi ).
3. Penelitian ini diharapkan dapat mengklarifikasikan hasil penelitian sebelumnya, dan untuk penelitian selanjutnya kekurangan dalam penelitian ini dapat memberikan kesempurnaan dalam penelitian yang sejenis ( bagi akademis ).

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini dibagi menjadi 5 bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

**BAB I** : Pendahuluan

Pada Bab I dijelaskan tentang latar belakang permasalahan yang dipilih dalam penelitian, perumusan masalah penelitian, tujuan dan

kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan dalam penelitian skripsi ini.

## **BAB II : Telaah Pustaka**

Bab ini menjelaskan tentang tentang landasan teori dan penelitian terdahulu yang melatarbelakangi penelitian ini, kemudian berisi kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis yang diperoleh dari variabel – variabel penelitian serta dari penelitian terdahulu.

## **BAB III : Metode Penelitian**

Pada Bab ini akan diuraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis, serta tahap pelaksanaan kegiatan.

## **BAB IV : Hasil dan Pembahasan**

Bab ini berisi gambaran obyek penelitian serta menyajikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai masalah yang diteliti.

## **BAB V : Penutup**

Bab ini merupakan bab akhir yang berisi simpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran-saran yang diberikan berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan.

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA**

#### **2.1. Landasan Teori**

Berbagai perspektif teori telah digunakan untuk menjelaskan praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Beberapa studi tentang pengungkapan sosial telah menggunakan teori legitimasi dan teori agensi sebagai basis dalam menjelaskan praktik pengungkapan sosial. Penelitian ini menggunakan teori legitimasi dan teori agensi sebagai dasar dalam menjelaskan praktik pengungkapan sosial.

##### **2.1.1. Teori Legitimasi**

Definisi teori legitimasi adalah suatu kondisi atau status, yang ada ketika suatu sistem nilai perusahaan kongruen dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih besar di mana perusahaan merupakan bagiannya. Ketika suatu perbedaan yang nyata atau potensial, ada antara kedua sistem nilai tersebut, maka akan muncul ancaman terhadap legitimasi perusahaan (Yuliani, 2003).

Teori legitimasi penting bagi organisasi karena teori legitimasi didasari oleh batasan-batasan, norma-norma, nilai-nilai dan peraturan sosial yang membatasi perusahaan agar memperhatikan kepentingan sosial dan dampak dari reaksi sosial yang dapat ditimbulkan. Dengan melakukan pengungkapan sosial, perusahaan merasa keberadaan dan aktivitasnya terlegitimasi.

### 2.1.2. Teori Agensi

Teori agensi muncul untuk mengatasi konflik agensi yang dapat terjadi dalam hubungan keagenan. Adanya pemisahan kepemilikan oleh *principal* dan pengendalian oleh agen dalam sebuah organisasi cenderung menimbulkan konflik keagenan antara *principal* dan agen. Yang dimaksud *principal* adalah pemegang saham atau investor sedangkan agen adalah orang yang diberi kuasa oleh *principal* yaitu manajemen yang mengelola perusahaan yang terdiri dari dewan komisaris dan dewan direksi.

Jensen and Meckling, (1976) dalam Saleh, (2008) menjelaskan teori agensi adalah teori yang menjelaskan tentang hubungan antara *principal* dan agen. Teori agensi menyatakan bahwa hubungan keagenan timbul ketika salah satu pihak (*principal*) memberi kuasa kepada pihak lain (agen) untuk melakukan beberapa jasa untuk kepentingannya yang melibatkan pendelegasian beberapa otoritas pembuatan keputusan kepada agen. Dalam kontrak ini agen berkewajiban untuk melakukan hal-hal yang memberikan manfaat dan meningkatkan kesejahteraan *principal*.

Berdasarkan teori agensi tersebut, manajer berusaha memenuhi kepentingan stakeholder dengan cara mengungkapkan pertanggungjawaban sosial perusahaannya. Para stakeholder akan puas bila perusahaan yang mereka investasikan di dalamnya mengungkapkan pertanggungjawaban sosial yang akan meningkatkan kepercayaan masyarakat.

### **2.1.3. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Perusahaan merupakan bagian dari suatu sistem sosial yang terbentuk dari suatu proses panjang. Sebagai bagian dari sub sistem dari lingkungan masyarakat, maka masalah yang dihadapi oleh masyarakat merupakan masalah pula bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan juga mempunyai tanggung jawab atas masalah yang ada di masyarakat. Disamping itu, selain menggunakan dana dari pemegang saham, perusahaan juga menggunakan saham dari sumber lain yang sebagian berasal dari masyarakat, sehingga hal yang wajar jika masyarakat mempunyai harapan tertentu terhadap perusahaan (Hasibuan, 2001).

Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat luas secara keseluruhan (Sembiring, 2005).

Menurut Sofyan Safri Harahap (1993), ada beberapa alasan yang mendukung dan menentang konsep tanggung jawab sosial perusahaan. Adapun alasan-alasan yang dikemukakan oleh para pendukung tanggung jawab sosial adalah sebagai berikut:

1. Keterlibatan sosial merupakan respon terhadap keinginan dan harapan masyarakat terhadap peranan perusahaan. Dalam jangka panjang hal ini akan sangat menguntungkan perusahaan.
2. Keterlibatan sosial memungkinkan mempengaruhi perbaikan lingkungan masyarakat yang mungkin akan menurunkan biaya produksi.

3. Meningkatkan nama baik perusahaan dan akan menimbulkan simpati pelanggan, karyawan, investor, dan lain-lain.
4. Menghindari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat. Campur tangan pemerintah cenderung membatasi peran perusahaan, sehingga jika perusahaan memiliki tanggung jawab sosial perusahaan, mungkin dapat mengurangi campur tangan pemerintah.
5. Dapat menunjukkan respon positif perusahaan terhadap norma dan nilai yang berlaku dalam masyarakat sehingga mendapat simpati masyarakat.
6. Sesuai dengan keinginan pemegang saham, dalam hal ini publik.
7. Mengurangi rasa kebencian masyarakat terhadap perusahaan yang kadang-kadang sulit diatasi.
8. Membantu kepentingan nasional seperti konservasi alam, pemeliharaan barang-barang seni budaya, peningkatan pendidikan rakyat, lapangan kerja, dan lain-lain.

Sedangkan alasan yang dikemukakan oleh para penentang tanggung jawab sosial adalah sebagai berikut:

1. Mengalihkan perhatian perusahaan dari tujuan utama mencari laba. Hal ini akan menimbulkan pemborosan.
2. Memungkinkan keterlibatan perusahaan terhadap permainan kekuasaan atau politik secara berlebihan yang sebenarnya bukan lapangannya.
3. Menimbulkan lingkungan bisnis yang monopolistik bukan pluralistik.

4. Keterlibatan sosial menimbulkan dana dan tenaga yang cukup besar yang tidak dapat dipenuhi oleh dana perusahaan yang terbatas, yang dapat menimbulkan kebangkrutan dan menurunkan tingkat pertumbuhan perusahaan.
5. Keterlibatan dalam kegiatan sosial yang demikian kompleks memerlukan tenaga para ahli yang belum tentu dimiliki oleh perusahaan.

Menurut Martin Freedman (Siegel dan Marconi, 1989 dalam Devina 2004), ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja sosial:

1. Pemeriksaan sosial (*social audit*). Pemeriksaan sosial mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari program-program yang berorientasi sosial dari operasi-operasi perusahaan. Pemeriksaan sosial dilakukan dengan membuat suatu daftar aktivitas-aktivitas perusahaan yang memiliki konsekuensi sosial, lalu auditor akan mencoba mengestimasi atau mengukur dampak-dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas-aktivitas sosial tersebut.
2. Laporan sosial (*social report*). Berbagai alternatif format laporan untuk menyajikan laporan sosial telah diajukan oleh para akademisi dan praktisioner.
3. Pengungkapan sosial dalam laporan tahunan (*disclosure in annual report*). Pengungkapan sosial adalah pengungkapan informasi tentang aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan. pengungkapan sosial dapat dilakukan melalui berbagai media antara lain laporan tahunan, laporan interim, prospektus, pengumuman kepada bursa efek, atau melalui media massa.

Pengungkapan kinerja sosial pada laporan tahunan perusahaan seringkali dilakukan dengan sukarela oleh perusahaan. Adapun alasan-alasan perusahaan untuk mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela (Henderson dan Pierson, 1998 dalam Henry dan Murtanto, 2001) antara lain:

1. *Internal decision making*. Manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektivitas dan informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan. data harus tersedia agar biaya dari pengungkapan tersebut dapat dibandingkan dengan manfaatnya bagi perusahaan. Walaupun hal ini sulit diidentifikasi dan diukur, namun analisis secara sederhana lebih baik dilakukan daripada tidak sama sekali.
2. *Product differentiation*. Manajer dari perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial memiliki insentif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat. Akuntansi kontemporer tidak memisahkan pencatatan biaya manfaat aktivitas sosial perusahaan dalam laporan keuangan, sehingga perusahaan yang tidak bertanggungjawab akan terlihat lebih sukses daripada perusahaan yang bertanggungjawab. Hal ini mendorong perusahaan yang bertanggung jawab untuk mengungkapkan informasi tersebut sehingga masyarakat dapat membedakan dari perusahaan lain.
3. *Enlightened self interest*. Perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para *stakeholder* yang terdiri dari *stockholder*, kreditur, karyawan, pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat

karena mereka dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

#### **2.1.4. Karakteristik Perusahaan**

##### **2.1.4.1. *Size* Perusahaan**

*Size* perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang berukuran lebih kecil. Alasan lainnya adalah bahwa perusahaan besar mempunyai biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas mengurangi biaya keagenan tersebut. Lebih banyak pemegang saham juga memerlukan lebih banyak pengungkapan karena tuntutan para pemegang saham tersebut dan para analis pasar modal. Gunawan (2000) menyatakan bahwa, perusahaan yang lebih besar terhadap masyarakat akan memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dan laporan tahunan akan digunakan untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial.

##### **2.1.4.2. *Leverage***

Rasio *financial Leverage* disini merupakan perbandingan antara total kewajiban dengan total *Asset*. Dengan kata lain rasio *financial Leverage* menunjukkan kapasitas perusahaan untuk memenuhi kewajiban baik itu kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang. Menurut Van Horn

1997, dalam Rawi ( 2008 ) *financial Leverage* merupakan penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap, dengan harapan akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar daripada beban tetapnya sehingga keuntungan pemegang saham akan bertambah. Alasan yang kuat menggunakan beban tetap adalah untuk meningkatkan pendapatan yang tersedia bagi pemegang saham. *Leverage* juga merupakan sarana untuk mendorong peningkatan keuntungan atau pengembalian hasil/ nilai tanpa tambahan investasi.

Perusahaan dengan rasio *Leverage* lebih tinggi berusaha menyampaikan lebih banyak informasi sebagai instrument untuk mengurangi *monitoring cost* bagi investor. Mereka memberikan informasi yang lebih detail dalam laporan tahunan untuk memenuhi kebutuhan tersebut dibandingkan dengan perusahaan yang tingkat *Leverage*-nya lebih rendah.

Semakin besar tingkat *Leverage* semakin besar kecenderungan untuk melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan melaporkan laba sekarang lebih tinggi (Belkaoui dan Karpik, 1989 dalam Rawi 2008). Supaya laba yang dilaporkan lebih tinggi maka manager akan mengurangi biaya-biaya termasuk mengurangi biaya untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial.

#### **2.1.4.3. Profitabilitas**

*Profitabilitas* merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Heinze, 1976 dalam Hackston&Milne, 1996), hubungan antara *profitabilitas* dan tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial adalah bahwa

ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan tersebut. Sebaliknya ketika tingkat profitabilitas rendah perusahaan akan berharap pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan.

#### **2.1.4.4. Basis Kepemilikan**

Basis kepemilikan adalah tingkat kepemilikan saham, dimana dibedakan menjadi dua yaitu berbasis asing dan lokal. Perusahaan yang mayoritas kepemilikan sahamnya dimiliki asing dikategorikan berbasis asing, sedangkan yang sebagian besar sahamnya dimiliki oleh lokal maka disebut berbasis lokal. Terdapat beberapa alasan perusahaan berbasis asing memberikan pengungkapan yang lebih baik daripada yang berbasis lokal. Hal yang mempengaruhinya adalah perusahaan asing mendapatkan pelatihan yang lebih baik dalam bidang akuntansi dari perusahaan induk di luar negeri, perusahaan tersebut mungkin mempunyai sistem informasi yang lebih efisien untuk memenuhi kebutuhan internal dan kebutuhan perusahaan induk, dan kemungkinan permintaan yang lebih besar pada perusahaan berbasis asing dari pelanggan, pemasok dan masyarakat umum.

## 2.2. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa peneliti yang telah menguji pengaruh antara karakteristik perusahaan dengan luas Pengungkapan Sosial, diantaranya adalah Devina (2004), Sembiring (2005), Sulastini (2007), Rawi (2008) dan Veronica (2008). Pada umumnya, karakteristik perusahaan yang dipakai dalam penelitian terdiri dari *size* perusahaan, tipe industri, *profitability*, basis kepemilikan, *leverage*, ukuran dewan komisaris, kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusi. Adapun *critical review* masing-masing penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

Pertama adalah penelitian dari Devina (2004). Penelitian ini menguji pengaruh antara karakteristik-karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan Sosial secara parsial dan simultan. Karakteristik-karakteristik yang digunakan adalah *size*, tipe industri, profitabilitas, dan basis kepemilikan perusahaan. *Size* perusahaan diukur dengan total aktiva, tipe industri dikelompokkan berdasarkan perusahaan yang *high profile* atau *low profile*, profitabilitas diukur berdasarkan *return on asset*, sedangkan basis kepemilikan berdasarkan kepemilikan asing atau domestik. Dengan melakukan uji terhadap 139 perusahaan yang terdaftar di BEI, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa *size* perusahaan, tipe industri, ROA, basis kepemilikan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan Sosial. Sedangkan, secara parsial hanya *size*, tipe industri dan karakteristik perusahaan yang berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan Sosial.

Penelitian kedua dilakukan oleh Sembiring (2005). Penelitian ini dilakukan terhadap 78 perusahaan dari 323 perusahaan yang terdaftar di BEI untuk menguji dan memberikan bukti empiris pengaruh beberapa karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Karakteristik perusahaan yang digunakan adalah size, profitabilitas, profile, ukuran dewan komisaris, dan leverage. Beda halnya dengan penelitian Devina (2004), pada penelitian Sembiring (2005) size diukur berdasarkan jumlah tenaga kerja, *profitability* diukur berdasarkan *earning per share*. Untuk indikator profile konsisten dengan Devina (2004) yaitu berdasarkan perusahaan yang *high profile* atau *low profile*, sedangkan ukuran dewan komisaris adalah jumlah anggota dewan komisaris. Hasil dari penelitian ini konsisten dengan Devina (2004), Sembiring (2005) memberi bukti empiris bahwa, *Size* perusahaan, profile dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan, sedangkan profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Sulastini (2007). Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah size, *profitability*, ukuran dewan komisaris, dan *profile*. Pengukuran *size* konsisten dengan Sembiring (2005) yaitu berdasarkan total tenaga kerja, ukuran dewan komisaris berdasarkan jumlah anggota komisaris, *profile* berdasarkan *high* atau *low profile*, dan *profitability* diukur berdasarkan ROA sesuai dengan penelitian Devina (2004). Namun, ROA pada Sulastini (2007) diukur berdasarkan laba setelah pajak, sedangkan pada Devina (2004) ROA berdasarkan laba sebelum pajak dan bunga. Denga

melakukan uji pada 139 perusahaan sampel pada tahun 2002, Sulastini (2007) memberikan bukti empiris bahwa, Secara parsial *size*, *profile*, ukuran dewan komisaris berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian keempat dilakukan oleh Rawi (2008). Ada 5 karakteristik perusahaan yang diuji pengaruhnya terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Tiga karakteristik perusahaan yang dipakai dalam penelitian ini berbeda dengan karakteristik-karakteristik perusahaan yang dipakai dalam penelitian sebelumnya yaitu umur perusahaan, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional, sedangkan 2 karakteristik lainnya masing-masing sesuai dengan penelitian Sembiring (2005) dan Devina (2004) yaitu leverage dan *size*. Kepemilikan manajerial adalah persentase suara yang berkaitan dengan saham dan option yang dimiliki oleh manajer dan direksi suatu perusahaan (Mathiesen, 2004 dalam Rawi, 2008). Kepemilikan Institusi (INST): Menunjukkan persentase saham yang dimiliki oleh pemilik institusi dan kepemilikan oleh blockholder, yaitu kepemilikan individu atau atas nama perorangan diatas 5%, tetapi tidak termasuk kedalam golongan kepemilikan insider (Rawi, 2008). Uji dilakukan pada 81 perusahaan pada tahun 2008 dan hasil yang diperoleh adalah bahwa hanya kepemilikan manajemen yang berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab Sosial.

Penelitian terakhir dilakukan oleh Veronica (2008). Penelitian ini mencoba menguji kembali pengaruh antara *size*, *profitability*, ukuran dewan komisaris dan

leverage terhadap luas pengungkapan sosial perusahaan. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian Devina (2004) dan Sulastini (2007), penelitian ini telah memberikan bukti empiris bahwa ROA sebagai proksi profitability berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan sosial perusahaan. Namun demikian, penelitian ini belum bisa membuktikan pengaruh antara size, ukuran dewan komisaris dan leverage secara parsial terhadap luas pengungkapan sosial perusahaan. Hasil penelitian terdahulu dirangkum pada tabel 2.1

**Tabel 2.1**  
**Rangkuman Penelitian Terdahulu**

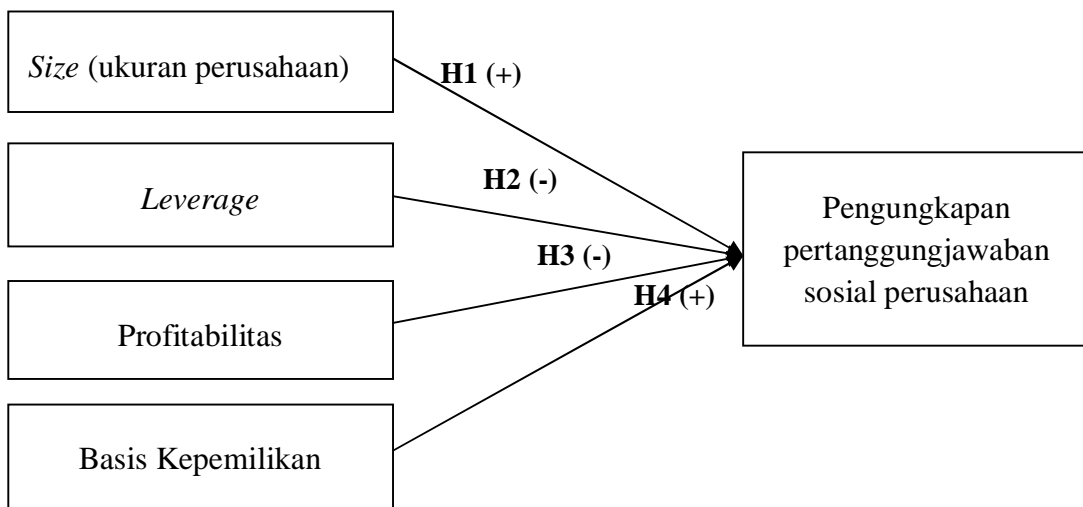
No	Peneliti	Variabel	Hasil
1.	Devina, Florence (2004)	X <sub>1</sub> = Total aktiva X <sub>2</sub> = Tipe industri X <sub>3</sub> = <i>Return On Asset</i> X <sub>4</sub> = Basis Kepemilikan Perusahaan Y <sub>1</sub> = Pengungkapan Sosial	1. <i>Size</i> perusahaan yang diproksikan dengan total aktiva berpengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan Sosial 2. Tipe industri berpengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan Sosial. 3. Karakteristik perusahaan yang <i>high profile</i> akan berupaya memperluas lingkup Pengungkapan Sosial 4. ROA dan Basis Kepemilikan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Sosial.
2.	Sembiring, Eddy Rismanda (2005)	Y <sub>1</sub> = Pengungkapan CSR X <sub>1</sub> = <i>size</i> X <sub>2</sub> = Profitability X <sub>3</sub> = Ukuran Dewan Komisaris X <sub>4</sub> = <i>Leverage</i> X <sub>5</sub> = <i>Profile</i>	1. <i>Size</i> perusahaan, profile dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan 2. Profitabilitas dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan
3.	Sulastini, Sri (2007)	Y <sub>1</sub> = Pengungkapan CSR X <sub>1</sub> = <i>size</i> X <sub>2</sub> = Profitability	1. Secara parsial <i>size</i> , profile, ukuran dewan komisaris berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan

		$X_3 = \text{Ukuran Dewan Komisaris}$ $X_4 = \text{Profile}$	<p>tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur</p> <p>2. Secara parsial profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur</p>
4.	Rawi (2008)	$Y_1 = \text{Corporate social responsibility}$ $X_1 = \text{Kepemilikan Manajemen}$ $X_2 = \text{Kepemilikan Institusional}$ $X_3 = \text{Leverage}$	<p>1. ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kepemilikan manajemen terhadap <i>corporate social responsibility</i></p> <p>2. tidak adanya pengaruh yang signifikan antara kepemilikan institusi, umur perusahaan, total asset dan <i>leverage</i> terhadap pengungkapan <i>Corporate social responsibility</i></p>
5.	Veronica, Thedora Martina (2008)	$Y_1 = \text{CSR}$ $X_1 = \text{size}$ $X_2 = \text{Profitability}$ $X_3 = \text{Ukuran Dewan Komisaris}$ $X_4 = \text{Leverage}$	<p>1. Ada pengaruh yang signifikan antara variabel profitabilitas (ROA) dan Dewan Komisaris (DK) dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR)</p> <p>2. tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel <i>size</i> perusahaan dan <i>leverage</i> perusahaan (DER) dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan</p> <p>3. variabel <i>size</i> perusahaan, profitabilitas (ROA), <i>leverage</i> (DER), dan ukuran dewan komisaris mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan</p>

### 2.3. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

Dari uraian tersebut diatas maka dapat digambarkan suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama (**H1**) bahwa, *Size* perusahaan mempunyai pengaruh positif (+) signifikan terhadap luas pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan;
2. Hipotesis kedua (**H2**) bahwa *Leverage* perusahaan mempunyai pengaruh negatif (-) signifikan terhadap luas pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan;
3. Hipotesis ketiga (**H3**) bahwa Profitabilitas mempunyai pengaruh negatif (-) signifikan terhadap luas pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan;
4. Hipotesis keempat (**H4**) bahwa Basis kepemilikan mempunyai pengaruh positif (+) signifikan terhadap luas pengungkapan sosial perusahaan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

##### **3.1.1. Variabel Dependen**

###### **3.1.1.1. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial**

Pengungkapan tanggung jawab sosial adalah data yang diungkapkan oleh perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan yang meliputi tema sebagai berikut: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum (Sembiring, 2003).

Skor diberikan 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan sesuai dengan elemen informasi yang diinginkan dan diberikan skor 0 bila tidak mengungkapkan untuk setiap item pengungkapan. Selanjutnya, skor dari setiap *item* dijumlahkan dibagi skor yang diharapkan untuk memperoleh indeks pengungkapan pada masing-masing perusahaan sampel. Total item yang diharapkan diungkapkan oleh perusahaan berjumlah 78 item pengungkapan (Sembiring, 2003). Adapun daftar item pengungkapan dapat dilihat pada lampiran.

Rumus yang digunakan untuk mengukur indeks pengungkapan tanggung jawab sosial adalah sebagai berikut: (Sembiring, 2005)

$$CSDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \quad (3.1)$$

Dimana:

- $CSDI_j$  : Pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan j
- $\sum X_{ij}$  : Total Pengungkapan Sosial sesuai dengan elemen-elemen informasi yang diharapkan pada perusahaan j. 1 = jika *item i* diungkapkan; 0 = jika *item i* tidak diungkapkan.
- $n_j$  : Jumlah *item* yang diharapkan untuk parameter Lingkungan pada perusahaan,  $n = 78$

### 3.1.2. Variabel Independen

#### 3.1.2.1. Size Perusahaan

*Size* perusahaan adalah total *Asset* yang dimiliki perusahaan meliputi *Asset* tetap, *Asset* tak berwujud dan *Asset-Asset* lain yang dimiliki perusahaan sampai dengan tahun pelaporan keuangan. *Size* perusahaan yang diukur dengan total *Asset* akan ditransformasikan dalam *logaritma natural* untuk menyamakan nilai dengan variabel lain karena total *Asset* perusahaan lainnya lebih besar dibandingkan dengan variabel-variabel lain dalam penelitian ini. Maka untuk menghitung *size* adalah sebagai berikut:

$$Sz_{it} = \log n \sum Asset_{jit}$$

(3.2)

Dimana:

$Sz_{it}$  : *Size* perusahaan i pada periode t

$\log n \sum Asset_{it}$  : Nilai logaritma natural total *asset* perusahaan i pada periode t

### 3.1.2.2. *Leverage*

*Leverage* menunjukkan seberapa besar *asset* perusahaan yang diperoleh atau didanai dari utang. Variabel ini diukur dengan membagi total utang dengan total *asset*. Pengukuran *Leverage* pada penelitian ini sejalan dengan pengukuran *Leverage* untuk negara berkembang. Pada negara berkembang, batasan antara utang jangka panjang dan utang jangka pendek secara jelas cukup sulit (Pandey, 2003 dalam Rawi, 2008). Lebih lanjut Pandey 2003 menganjurkan untuk menggunakan total utang di negara berkembang karena lebih mendekati realitas yang ada. Secara sistematis kebijakan utang diformulasikan sebagai berikut :

$$Debt_{it} = \frac{TD_{it}}{\sum Asset_{it}}$$

(3.3)

Dimana:

$TD_{it}$  : Jumlah Total utang perusahaan i periode t

$\sum Asset_{it}$  : Total *Asset* yang dimiliki oleh perusahaan i pada periode t

### 3.1.2.3. 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, return on assets, earning per share, net profit* dan *operating ratio*. Variabel profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Return On Asset (ROA)*.

*Return on asset* merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan *Asset* yang dimilikinya. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus:

$$ROA_{it} = \frac{EAT_{it}}{\sum Asset_{it}} \quad (3.4)$$

Dimana:

$ROA_{it}$  : *Return On Asset* perusahaan i pada periode t

$EAT_{it}$  : Laba Bersih Setelah Pajak perusahaan i pada periode t

$\sum Asset_{it}$  : Total *Asset* yang dimiliki oleh perusahaan i pada periode t

### 3.1.2.4. Basis Kepemilikan

Basis Kepemilikan perusahaan diartikan sebagai tingkat kepemilikan saham yang dikuasai oleh dana asing dan domestik. Perusahaan yang komposisi sahamnya sebagian besar dimiliki oleh asing digolongkan berbasis asing, begitu pula pada perusahaan yang sebagian sahamnya dimiliki oleh domestik dikategorikan berbasis domestik (Devina, 2004).

Pengukuran untuk basis kepemilikan perusahaan digunakan skala nominal dengan variabel dummy 0 dan 1. Apabila kepemilikan perusahaan berbasis asing

diberi nilai 1, sedangkan nilai 0 diberikan untuk perusahaan berbasis domestik. Dengan simpulan bahwa perusahaan yang sebagian besar sahamnya dimiliki oleh perusahaan asing digolongkan dalam perusahaan berbasis asing.

### **3.2. Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008- 2009, sedangkan metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *judgement sampling*, yaitu salah satu bentuk *purposive sampling* dengan mengambil sampel yang telah ditentukan sebelumnya berdasarkan maksud dan tujuan penelitian selama periode penelitian. Data yang digunakan perusahaan manufaktur tahun 2008-2009 yang memenuhi kriteria sampel. Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel, yaitu:

1. Perusahaan mempublikasikan laporan tahunan pada periode penelitian
2. Terdapat Pengungkapan Sosial dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur
3. Terdapat informasi mengenai struktur kepemilikan perusahaan

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

Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang telah diolah pihak lain. Data tersebut diperoleh dari lembaga atau instansi melalui pengutipan dan atau melalui studi pustaka yang ada kaitannya dengan penelitian ini. Data yang digunakan adalah laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2009.

Data diperoleh melalui Pojok BEI Universitas Diponegor Semarang, website Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) maupun website resmi masing-masing perusahaan.

### **3.4. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan data dokumenter. Metode dokumenter adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari catatan-catatan atau dokumentasi sesuai dengan data yang diperlukan. Dari data perusahaan yang dikumpulkan dan memenuhi kriteria selama periode pengamatan akan digabungkan dan dijadikan sampel penelitian. Keunggulan metode ini adalah kemungkinan diperolehnya jumlah sampel yang lebih besar yang diharapkan lebih meningkatkan *power of test* dari penelitian ini.

### **3.5. Metode Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan dua metode analisis deskriptif dan analisis regresi. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel yang ada dalam penelitian, sedangkan analisis regresi bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel dependen dan variabel independen.

### **3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif**

Alat yang digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan rata-rata, median, maksimum, minimum, dan standar deviasi. Dalam statistik parametrik data harus terdistribusi secara normal. Untuk memastikan bahwa data masing-masing variabel terdistribusi secara normal, maka dalam statistik deskriptif, *skewness* dan *kurtosis* digunakan sebagai alat analisis. *Skewness* mengukur kemencengan dari data dan *kurtosis* mengukur puncak dari distribusi data (Ghozali, 2006). Data yang terdistribusi secara normal mempunyai nilai *skewness* mendekati nol.

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

Agar model regresi yang diperoleh memberikan hasil regresi yang baik (BLUE = *Best Linear Unbiased Estimator*) maka diperlukan pengujian asumsi klasik. Model regresi dikatakan BLUE apabila memenuhi asumsi normalitas dan bebas dari multikolinearitas, heteroskedasitas, maupun autokorelasi.

#### **3.5.2.1. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variable independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable independen (Ghozali, 2006). Multikolinearitas dilihat dari nilai tolerance dan nilai *variance ince inflation factor (VIF)*. *Tolerance* dan nilai *variance* mengukur variabilitas variabel independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah

sama dengan nilai *VIF* tinggi. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance*  $< 0,10$  atau sama dengan nilai *VIF*  $> 10$  (Ghozali, 2006).

### 3.5.2.2. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedasitas dan jika berbeda disebut heteroskedasitas. Model regresi yang baik adalah yang terjadi homoskedasitas atau tidak terjadi heteroskedasitas. Salah satu cara mendeteksi heteroskedasitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya dan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedasitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu *y*, maka tidak terjadi heteroskedasitas (Ghozali, 2006).

### 3.5.2.3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dengan menggunakan alat uji *Run test*. Dalam *Run test* jika antara residual tidak terdapat hubungan korelasi maka

dikatakan bahwa residual adalah acak atau *random*. *Run test* digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara *random* atau tidak (sistematis). Dasar pengambilan keputusan yang dapat dilakukan yaitu apabila hasil *Asymp. Sig (2-tailed)* > dari 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi, dan sebaliknya jika < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa residual tidak *random* atau terjadi autokorelasi.

#### **3.5.2.4. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Asumsi normalitas dianggap terpenuhi bila data yang digunakan cukup besar ( $n > 30$ ). Untuk menguji normalitas dapat digunakan diagram *scatterplot* (test statistik). Pendekatan dalam pengujian kenormalitasan residual dapat dibentuk melalui sebuah frekuensi histogram residual atau digambarkan pada sebuah plot kenormalan residual.

Menurut Imam Ghazali (2006), pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 3.5.3. Analisis Regresi

Suatu penelitian membutuhkan analisis data dan interpretasinya yang bertujuan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam mengungkap fenomena tertentu. Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui variabel-variabel karakteristik perusahaan yang mempengaruhi pengungkapan laporan keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Karakteristik perusahaan tersebut terdiri atas 4 yaitu, *size* atau ukuran perusahaan, *Leverage*, profitabilitas, dan basis kepemilikan. Maka digunakan persamaan umum regresi linear berganda atas 4 variabel independen dengan model sebagai berikut:

$$CSDI = a + b_1Size + b_2Leverage + b_3ROA + b_4Owners + e$$

(3.5)

Dimana :

CSDI = Pengungkapan Sosial Perusahaan

*Size* = *Size* perusahaan berdasarkan logaritma natural dari total

*Asset*

*Leverage* = Tingkat *Leverage* perusahaan

ROA = Profitabilitas berdasarkan Rasio laba setelah pajak terhadap total *asset*

Owners = Basis kepemilikan, Dummy untuk mengklasifikasikan; asing = 1; domestik = 0

b = koefisien regresi

e = error

a = konstanta

Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan dua antara variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen dengan variabel independen (Ghozali, 2006). Jadi analisis regresi digunakan untuk mengukur pengaruh karakteristik perusahaan yaitu *size*, *Leverage*, profitabilitas, dan basis kepemilikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

#### **3.5.3.1. Uji signifikansi Simultan (Uji Stastistik F)**

Uji *F* digunakan untuk menguji kelayakan model regresi (*fit test*). Uji *F* dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi *F* yang terdapat pada *output* hasil analisis regresi menggunakan SPSS. Dalam penelitian ini nilai signifikansi untuk uji hipotesisi adalah 5%, Jika angka signifikansi  $F < \alpha$  (0,05) maka dapat dikatakan ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen dan model dapat dikatakan layak.

#### **3.5.3.2. Koefisien determinansi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi 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 mmeberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2006).

#### **3.5.3.3. Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji Statistik t)**

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individu dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji t digunakan untuk menguji suatu hipotesis mengenai sikap koefisiensi regresi parsial individual terhadap variabel dependennya. Uji t dilakukan dengan membandingkan Sig t dengan tingkat signifikasi sebesar 5%. Apabila Sig t < 0,05 maka  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependennya. Sebaliknya, bila nilai Sig t > 0,05 maka  $H_0$  diterima. Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependennya (Ghozali, 2006).