

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* (CSR) DAN
KARAKTERISTIK TATA KELOLA
PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR DI INDONESIA**



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

M.FIRMANSYAH FUAD AJI NUGROHO
NIM.C2C007070

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2011**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : M.Firmansyah Fuad Aji Nugroho

Nomor Induk Mahasiswa : C2C007070

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **ANALISIS HUBUNGAN ANTARA
PENGUNGKAPAN *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN
KARAKTERISTIK TATA KELOLA
PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR DI INDONESIA**

Dosen Pembimbing : Tri Jatmiko Wahyu Prabowo,SE.,M.Si.,Akt.

Semarang, 15 September 2011

Dosen Pembimbing,

(Tri Jatmiko Wahyu Prabowo,SE.,M.Si.,Akt.)

NIP. 19711026 200003 100

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : M.Firmansyah Fuad Aji Nugroho

Nomor Induk Mahasiswa : C2C007070

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **ANALISIS HUBUNGAN ANTARA
PENGUNGKAPAN *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN
KARAKTERISTIK TATA KELOLA
PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR DI INDONESIA**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 22 September 2011

Tim penguji :

1. Tri Jatmiko Wahyu Prabowo, SE., M.Si., Akt. (.....)
2. Prof. Dr. Arifin, M.Com., Hons., Akt. (.....)
3. Dr. Endang Kiswara, SE., M.Si., Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, M. FIRMANSYAH FUAD AJI NUGROHO, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: ANALISIS HUBUNGAN ANTARA PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN KARAKTERISTIK TATA KELOLA PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI 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 atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. 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, 15 September 2011

Yang membuat pernyataan,

(M. Firmansyah Fuad Aji Nugroho)

NIM. C2C007070

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the Corporate Governance characteristic factors that influencing the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) at the manufacturing corporate's Annual Reports in Indonesia. The Corporate Governance characteristics that was applied in this research are Board of Commisioner Size, Board of Commisioner Independence, Audit Committee Independence, Concentrated Ownership, Managerial Ownership, Foreign Ownership, and Government Ownership. This research is a replication of prior research by Said et al. However, the difference is located at the variable used. The research does not use Duality as variable.

The population on this research were all manufacturing firm's listed in Indonesian Stock Exchanges (IDX) 2010. Total sample in this research were 122 firm's that selected with purposive sampling. This research used Content Analysis method to analyze firm's Annual Report. Data analyzed with test of classic assumption and examination of hypothesis with multiple linear regression method.

Result of this research indicated that Board of Commisioner Size, Managerial Ownership, Foreign Ownership, and Government Ownership had a significant effect to CSR disclosure in Indonesia.

Keywords: Corporate sosial responsibility (CSR), Characteristic of Corporate Governance, Board of Commisioner, Audit Committee, Ownership Structure.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor karakteristik *Corporate Governance* dalam perusahaan yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada Laporan Tahunan perusahaan-perusahaan manufaktur di Indonesia. Faktor karakteristik *corporate Governance* yang digunakan antara lain Ukuran Dewan Komisaris, Independensi Dewan Komisaris, Independensi Komite Audit, Konsentrasi Kepemilikan, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Asing dan Kepemilikan Pemerintah. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya oleh Said dkk. Namun, perbedaannya terletak pada variabel yang digunakan. Penelitian ini tidak menggunakan dualitas sebagai variabel.

Populasi dari penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010. Total sampel penelitian adalah 122 perusahaan yang ditentukan melalui *Purposive Sampling*. Penelitian ini menganalisis laporan tahunan perusahaan dengan metode *Content Analysis*. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan metode regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Asing dan Kepemilikan Pemerintah berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR di Indonesia.

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

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbilalamin. Puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas segala rahmat yang diberikan, sehingga dapat diselesaikan skripsi dengan judul: **“ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KARAKTERISTIK TATA KELOLA PERUSAHAAN DAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA”**. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Sarjana (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Penyusunan skripsi ini tidak akan terlepas dari dukungan, bantuan, bimbingan, saran, serta doa dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mohamad Nasir, MSi., Akt., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini..
2. Bapak Prof. Dr. Muchammad Syafruddin, MSi., Akt selaku Ketua Jurusan Akuntansi dan Dosen Wali yang selalu memberikan nasehat dan motivasi.
3. Bapak Tri Jatmiko Wahyu Prabowo, S.E., M.Si., Akt. selaku dosen pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk bimbingan dan petunjuk dalam proses penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

4. Bapak Surya Rahardja, S.E., M.Si., Akt. selaku dosen wali atas arahan yang telah diberikan.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro untuk ilmu bermanfaat yang telah diajarkan.
6. Seluruh staf tata usaha dan perpustakaan atas segala bantuan selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
7. Bapak dan Ibuku tercinta, atas segala bantuan dan dukungan baik material maupun spiritual yang diberikan selama proses penyusunan skripsi.
8. Untuk kakak, Titin Wijayanti dan Mas Abadi di Jakarta, makasih buat semangat dan dukungan kalian selama ini.
9. Kekasihku yang selalu memberikan dukungan, semangat, inspirasi dan doa selama proses penyusunan skripsi.
10. Segenap Saudara dan Kerabat yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan semangat selama penyusunan skripsi hingga selesai.
11. Untuk teman-teman seperjuangan akuntansi 2007 Ludy, Seno, Pangky, Santiko, Panggah, Aziz, Jiwo, Ryan, Mitha, Rahmi, Ovie, Oya, Resty, Merry, Adit, Ida, Icas, Arum, Kurniawan, Andrian dan teman-teman lain yang telah memberikan semangat, motivasi dan kebersamaan kita selama empat tahun.
12. Untuk sahabat-sahabatku Panji, Inol, Yuwisa, Yovie, Anggoro yang selalu memberikan dukungan, doa dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

13. Pihak-pihak lain yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Semarang, 15 September 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan Skripsi.....	ii
Halaman Pengesahan Kelulusan Ujian.....	iii
Pernyataan Orisinalitas Skripsi	iv
<i>Abstract</i>	v
Abstrak.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar tabel.....	xvi
Daftar gambar.....	xvii
Daftar lampiran.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9

1.4 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Teori Legitimasi.....	12
2.1.2 Teori <i>Stakeholder</i>	16
2.1.3 Teori Agensi.....	20
2.1.4 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	23
2.1.5 <i>Corporate Governance</i>	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	37
2.4 Perumusan Hipotesis.....	39
Bab III Metode Penelitian.....	47
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	47
3.1.1 Variabel Dependen.....	47
3.1.2 Variabel Independen.....	48
3.1.2.1 Ukuran Dewan Komisaris.....	48

3.1.2.2 Dewan Komisaris Independen.....	48
3.1.2.3 Komite Audit Independen.....	48
3.1.2.4 Konsentrasi Kepemilikan.....	48
3.1.2.5 Kepemilikan Manajerial.....	49
3.1.2.6 Kepemilikan Asing.....	49
3.1.2.7 Kepemilikan Pemerintah.....	49
3.1.3 Variabel Kontrol.....	49
3.1.3.1 Ukuran Perusahaan.....	50
3.1.3.2 Profitabilitas.....	50
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	50
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	51
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	51
3.5 Metode Analisis Data.....	52
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	52
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	52

3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	53
3.5.2.3 Uji Multikolonieritas.....	53
3.5.3 Analisis Regresi Berganda.....	54
3.5.4 Uji Hipotesis.....	56
3.5.4.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	55
3.5.4.2 Uji signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)..	56
3.5.4.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik f).....	56
Bab IV Hasil dan Pembahasan.....	58
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	58
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	59
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.2.2.1 Uji Normalitas	63
4.2.2.2 Uji Heterokedastisitas.....	65
4.2.2.3 Uji Multikolinearitas.....	67
4.2.2.4 Pengujian Autokorelasi.....	68
4.2.3 Analisis Regresi Berganda.....	69

4.2.4 Uji Hipotesis.....	70
4.2.4.1 Uji Hipotesis Pertama.....	71
4.2.4.2 Uji Hipotesis Kedua.....	71
4.2.4.3 Uji Hipotesis Ketiga.....	71
4.2.4.4 Uji Hipotesis Keempat.....	72
4.2.4.5 Uji Hipotesis Kelima.....	72
4.2.4.6 Uji Hipotesis Keenam.....	72
4.2.4.7 Uji Hipotesis Ketujuh.....	73
4.2.5 Uji Simultan (Uji F).....	73
4.2.6 Koefisien Determinasi.....	74
4.3 Pembahasan.....	75
4.3.1 Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Luas Pengungkapan CSR.....	75
4.3.2 Dewan Komisaris Independen Terhadap Luas Pengungkapan CSR.....	76

4.3.3 Komite Audit Independen Terhadap Luas Pengungkapan	
CSR.....	77
4.3.4 Konsentrasi Kepemilikan Terhadap Luas Pengungkapan CSR	
.....	77
4.3.5 Kepemilikan Manajerial Terhadap Luas Pengungkapan	
CSR.....	78
4.3.6 Kepemilikan Asing Terhadap Luas Pengungkapan	
CSR.....	78
4.3.7 Kepemilikan Pemerintah Terhadap Luas Pengungkapan	
CSR.....	79
Bab V Penutup.....	81
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Keterbatasan	83
5.3 Saran.....	84
Daftar Pustaka.....	85
Lampiran-Lampiran.....	89

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 4.1 Populasi Sasaran.....	58
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	59
Tabel 4.3 Tabel Uji Normalitas K-S.....	65
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4.5 Hasil Uji Autokorelasi.....	68
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi linier berganda.....	69
Tabel 4.7 Hasil Uji F.....	73
Tabel 4.8 Koefisien Determinasi.....	74
Tabel 4.9 Ringkasan Hasil Penelitian.....	80

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Daerah <i>Legitimacy gap</i>	14
Gambar 2.2 Skema Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 4.1 Tabel Normalitas Histogram.....	64
Gambar 4.2 Tabel Normalitas P-P Plot.....	64
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

LAMPIRAN A Daftar Sampel Perusahaan..... 89

LAMPIRAN B Hasil Olah Data Dengan SPSS 16.0..... 93

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Beberapa tahun terakhir banyak perusahaan semakin menyadari betapa penting penerapan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnis perusahaan. Hal ini terjadi seiring dengan perkembangan pesat sektor usaha sebagai akibat liberalisasi ekonomi. Semakin banyak pembahasan mengenai perkembangan CSR merupakan konsekuensi logis dari *good corporate governance* (GCG), di mana salah satu prinsip tersebut menyatakan bahwa perusahaan perlu untuk memperhatikan para *stakeholder* sesuai dengan peraturan yang ada serta menjalin kerjasama yang aktif dengan *stakeholder* tersebut agar dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang (OECD, 2004 dalam Mahatma, 2010).

Namun saat perubahan sedang melanda dunia seperti saat sekarang ini, kalangan usaha juga tengah dihimpit oleh berbagai tekanan, mulai dari kepentingan untuk meningkatkan daya saing, tuntutan untuk menerapkan *good corporate governance* hingga masalah kepentingan *stakeholder* yang makin meningkat (Lesmana, 2006). Lebih lanjut menurut Lesmana (2006) oleh karena itu, dunia usaha perlu mencari pola-pola kemitraan (*partnership*) dengan seluruh *stakeholder* agar dapat berperan dalam pembangunan, sekaligus meningkatkan kinerja agar tetap dapat bertahan dan bahkan berkembang menjadi perusahaan yang mampu bersaing.

Corporate social responsibility atau *corporate citizenship* dimaksudkan untuk mendorong dunia usaha lebih etis dalam menjalankan aktivitas operasi agar tidak berpengaruh atau berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan hidup, sehingga pada akhirnya dunia usaha akan dapat bertahan secara berkelanjutan untuk memperoleh manfaat ekonomi yang menjadi tujuan dibentuknya dunia usaha. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970-an, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktek yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak hanya merupakan kegiatan *charity* perusahaan dan tidak terbatas hanya pada pemenuhan aturan hukum semata (Lesmana, 2006).

Perkembangan konsep CSR tidak lepas dari kesadaran perusahaan bahwa pelaksanaan serta pengungkapan CSR secara langsung maupun tidak langsung akan memberikan hasil yang positif pada aspek keuangan perusahaan di masa mendatang. Dengan demikian apabila perusahaan telah melaksanakan dan mengungkapkan kegiatan CSR diharapkan keberlangsungan kegiatan perusahaan akan terjamin. Dato'Seri Najib Tun Razak (2004) dalam Said *et al* (2009) menyatakan lebih lanjut bahwa CSR membantu meningkatkan kinerja finansial, mempertahankan *brand image* dan berkontribusi pada *market value* perusahaan. Oleh karena itu program CSR lebih tepat digolongkan sebagai investasi dan harus merupakan strategi bisnis perusahaan.

Ada berbagai pendapat mengenai aktivitas-aktivitas yang dapat dikategorikan sebagai aktivitas sosial yang menunjukkan bentuk keterlibatan sosial perusahaan terhadap masyarakat. Kotler dan Lee (2005) dalam Masnila (2006) merumuskan aktivitas yang berkaitan dengan tanggungjawab sosial dalam 6 kelompok kegiatan : *promotion, marketing, corporate social marketing, corporate philanthropy, community volunteering, dan social responsibility business practices*.

Namun ada beberapa argumen yang menilai bahwa perusahaan adalah organisasi pencari laba dan bukan merupakan kumpulan orang seperti organisasi sosial. Perusahaan telah membayar pajak kepada negara oleh karena itu tanggung jawab untuk meningkatkan kesejahteraan publik telah diambil alih oleh pemerintah (Wiwoho, 2009 dalam Mahatma, 2010). Hal senada juga diungkapkan oleh beberapa ekonom yang beranggapan bahwa tujuan utama perusahaan pada hakikatnya adalah memaksimalkan keuntungan (*return*) bagi pemilik saham dengan mengorbankan hal-hal lain. Ada juga kalangan yang beranggapan, satu-satunya alasan perusahaan mau melakukan proyek-proyek yang bersifat komersial adalah karena memang ada keuntungan komersial dibaliknya. Yaitu, mengangkat reputasi perusahaan dimata publik ataupun pemerintah (Tanudjaja, 2006).

Menurut Anggraini (2006) standar akuntansi keuangan di Indonesia belum mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial terutama informasi mengenai tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, akibatnya yang terjadi di dalam praktik perusahaan hanya dengan sukarela mengungkapkannya. Perusahaan akan mempertimbangkan biaya dan manfaat

yang akan diperoleh ketika mereka memutuskan untuk mengungkapkan informasi sosial. Bila manfaat yang diperoleh dengan pengungkapan tersebut lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mengungkapkannya maka perusahaan akan dengan sukarela mengungkapkan informasi tersebut.

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia memunculkan hasil yang beragam dan menarik untuk dikaji lebih dalam (Nurkhin, 2010). Sembiring (2003) menghasilkan temuan bahwa profitabilitas tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sembiring (2005) menunjukkan hasil bahwa variabel profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Anggraini (2006) dalam penelitiannya menunjukkan hasil yang berbeda. Profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial. Sementara variabel prosentase kepemilikan manajemen dan tipe industri terbukti mempunyai hubungan positif signifikan. Temuan ini sejalan dengan hasil yang diperoleh Hackston dan Milne (1996) dalam Anggraini (2006) yang tidak berhasil menemukan hubungan profitabilitas dengan pengungkapan informasi sosial.

Hasil di atas, kontradiktif dengan hasil penelitian sebelumnya. Roberts (1992) dan Gray dkk (1999) dalam Parsa dan Kouhy (1994) menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pengungkapan sosial dengan profitabilitas. Hossain dkk (2006) menemukan hasil yang sama bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan faktor tipe industri juga terbukti signifikan berpengaruh positif. Farook dan Lanis (2005) menemukan

bahwa ukuran perusahaan tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sementara Novita dan Djakman (2008) menemukan hasil berbeda, bahwa size perusahaan terbukti berpengaruh signifikan.

Penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial yang dikaitkan dengan *Corporate Governance* yang dilakukan oleh Novita dan Djakman (2008) juga dilakukan oleh Farook dan Lanis (2005). Farook dan Lanis (2005) menemukan bahwa *Islamic Governance* (sebagai proksi *corporate governance* di bank Islam) terbukti berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Novita dan Djakman (2008) menemukan hasil bahwa kepemilikan institusional tidak mempengaruhi luas pengungkapan CSR. Hal ini senada dengan hasil penelitian Barnae dan Rubin (2005) yang menyebutkan bahwa kepemilikan institusional tidak memiliki hubungan dengan pengungkapan CSR. Demikian juga dengan variabel kepemilikan asing yang tidak terbukti berpengaruh signifikan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dengan karakteristik *corporate governance* perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Penelitian ini berdasarkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Said, *et al* (2009) mengenai hubungan antara CSR dan karakteristik *corporate governance* pada perusahaan publik di Malaysia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan pemerintah dan komite audit memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR di Malaysia. Sedangkan variabel lain seperti ukuran dewan, direktur non-eksekutif

independen, dualitas CEO, konsentrasi kepemilikan, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan asing tidak berhubungan signifikan dengan pengungkapan CSR di Malaysia.

Terdapat perbedaan mendasar penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini tidak memasukan variabel dualitas CEO pada penelitian ini karena di Indonesia menganut *two tier board system* dimana terdapat badan pengawas dewan direksi yaitu dewan komersaris. Di Malaysia sendiri menganut *one tier board system* dimana dewan direksi juga merangkap menjadi dewan pengawas.

Menurut Hackston dan Milne (1996), walaupun fenomena pengungkapan tanggung jawab sosial telah muncul lebih dari dua dekade, penelitian tentang praktek pengungkapan tanggung jawab sosial sepertinya terpusat di Amerika Serikat, *United Kingdom*, dan Australia. Hanya sedikit penelitian yang dilakukan di negara lain seperti Kanada, Jerman, Jepang, Selandia Baru, Malaysia, Indonesia, Singapura. Di Indonesia sendiri tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*) semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya (Anggraini, 2006).

1.2 Rumusan Masalah

Salah satu elemen penting dari mekanisme tata kelola suatu perusahaan adalah dewan direksi. Dewan direksi sangat berhubungan dengan operasi bisnis yang biasanya dikendalikan oleh agen. Pada studi sebelumnya peran ukuran

dewan direksi akan berimbas pada peningkatan komunikasi dan koordinasi suatu masalah,serta menurunkan kemampuan dari kontrol dewan kepada manajemen (Lipton dan Lorsh, 1992; Eisenberg *et al.*, Raheja, 2003; dalam Said *et al* (2009). Jensen (1993) menyatakan bahwa semakin luas ukuran suatu dewan direksi akan menghasilkan kurang efektifnya koordinasi, komunikasi, dan pengambilan keputusan. Hal ini dapat memprediksikan bahwa ketidak efektifan koordinasi dalam komunikasi dan pengambilan keputusan akan mengurangi kualitas dari pengungkapan keuangan.

Direktur independen merupakan sebuah alat untuk memonitor perilaku manajemen (Rosenstein and Wyatt, 1990; dalam Said *et al* (2009), berdasarkan beberapa pengungkapan sukarela dari informasi perusahaan, Forker (1992) menemukan bahwa presentase yang tinggi dari direktur independen pada suatu dewan akan mempengaruhi monitoring atas pengungkapan kualitas finansial dan mengurangi keuntungan dari penggunaan informasi.

Komite audit bertugas untuk melakukan pemeriksaan atas proses perusahaan dalam memproduksi data finansial dan kontrol internal, eksistensi komite audit terletak pada peningkatan kualitas laporan keuangan. Eksistensi dari komite audit dengan proporsi yang tinggi pada proporsi direktur independen akan mereduksi biaya agensi dan meningkatkan kontrol internal yang akan berpengaruh pada kualitas terbaik dari suatu pengungkapan (Forker, 1992).

Chau dan Gray (2002) menemukan bahwa ada asosiasi positif antara luas kepemilikan dengan cakupan dari pengungkapan sukarela. Wang dan Coffey (1992) menemukan bahwa ada hubungan negatif antara konsentrasi kepemilikan

dengan kedermawanan perusahaan. Konsentrasi tinggi pada kepemilikan akan berimplikasi kepada pemegang saham minoritas yang pada prakteknya tidak mempunyai kekuatan untuk mencegah pemegang saham mayoritas dari implementasinya atas aset perusahaan.

Teori agensi memprediksi bahwa masalah agen-prinsipal antara manajer dengan *shareholders* terjadi ketika manajer mempunyai hak atas sebagian ekuitas dalam perusahaan. Hal ini akan berimbas pada peningkatan perilaku oportunistik (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Said, *et al* (2009). Penelitian sebelumnya menemukan bahwa peningkatan atas kepemilikan manajemen akan mereduksi masalah agensi dan meningkatkan insentif manajer agar melakukan pengungkapan yang lebih luas.

Hannifa dan Cooke (2005) menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara pengungkapan sosial perusahaan dan pemilik asing yang mengindikasikan bahwa perusahaan di Malaysia menggunakan pengungkapan sosial perusahaan sebagai strategi legitimasi proaktif untuk mempertahankan pemasukan dari modal serta sebagai permohonan etik investor.

Mohd Ghazali dan Wheetman (2006) menyatakan bahwa kepemilikan pemerintah atas saham adalah salah satu fitur partisipasi dari perusahaan di Malaysia, dimana pemerintah memiliki saham pada perusahaan privat. Intervensi pemerintah akan meningkatkan tekanan pada perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi tambahan karena pemerintah adalah suatu badan yang dipercaya oleh publik (Said, *et al* (2009). Eng dan Mark (2003) mengatakan bahwa kepemilikan pemerintah akan meningkatkan pengungkapan sukarela. Hal

itu memprediksikan bahwa kepemilikan pemerintah akan berimbang pada pengungkapan CSR yang lebih baik, karena pemerintah harus mempromosikan transparansi pada suatu perusahaan publik.

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah penelitian dalam bentuk pertanyaan apakah ukuran dewan komisaris, komisaris independen, anggota komite audit independen, konsentrasi kepemilikan, proporsi saham yang dimiliki oleh eksekutif direksi, proporsi saham yang dimiliki oleh kepemilikan asing, dan proporsi saham yang dimiliki oleh pemerintah berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan?

1.3 Tujuan dan Manfaat

a. Tujuan

Berdasarkan masalah penelitian yang muncul maka penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai:

1. Pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan.
2. Pengaruh komisaris independen terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan.
3. Pengaruh anggota komite audit independen terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan.
4. Pengaruh konsentrasi kepemilikan terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan.

5. Pengaruh proporsi saham yang dimiliki oleh eksekutif direksi terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan.
6. Pengaruh proporsi saham yang dimiliki oleh kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan.
7. Pengaruh proporsi saham yang dimiliki oleh pemerintah terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan.

b. Manfaat

1. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk memperoleh informasi tentang faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di Indonesia serta lebih menambah wawasan dalam mengaplikasikan konsep CSR dan *Corporate Governance* bagi perusahaan.
2. Dapat digunakan juga sebagai bahan pertimbangan investor dalam pengambilan keputusan investasi di lihat dari segi penerapan *corporate governance* perusahaan.
3. Selain itu juga memberikan landasan bagi penelitian selanjutnya untuk memperbaiki keterbatasan-keterbatasan yang ada pada penelitian ini.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang gambaran secara menyeluruh mengenai isi penelitian dan gambaran permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Bab 1 ini terdiri dari latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan tentang teori-teori serta penelitian terdahulu berkaitan dengan topik/masalah yang diteliti. Dalam bab ini juga dijelaskan kerangka pemikiran yang melandasi timbulnya hipotesis penelitian. Di dalam kerangka pemikiran tersebut dijelaskan juga mengenai variabel bebas dan variabel terikat dari penelitian ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Berisi deskripsi tentang variabel-variabel dalam penelitian secara operasional, penentuan populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, interpretasi hasil dan argumentasi terhadap hasil penelitian. Sebelum dilakukan analisis data, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji normalitas, autokorelasi, heterokedastisitas, multikolinearitas. Setelah semua uji terpenuhi, baru dilakukan uji hipotesis

BAB V: PENUTUP

Berisi tentang simpulan dari penelitian yang menjawab seluruh pertanyaan penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Hadi, 2010).

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. O'Donovan (2002) dalam Hadi (2010) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk mempertahankan hidup (*going concern*).

Teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang di implikasikan antara institusi sosial dan masyarakat (Ahmad dan Sulaiman, 2004). Teori tersebut dibutuhkan oleh institusi-institusi untuk mencapai tujuan agar kongruen dengan masyarakat luas. Menurut Gray et al (1996) dalam Ahmad dan Sulaiman (2004) dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu

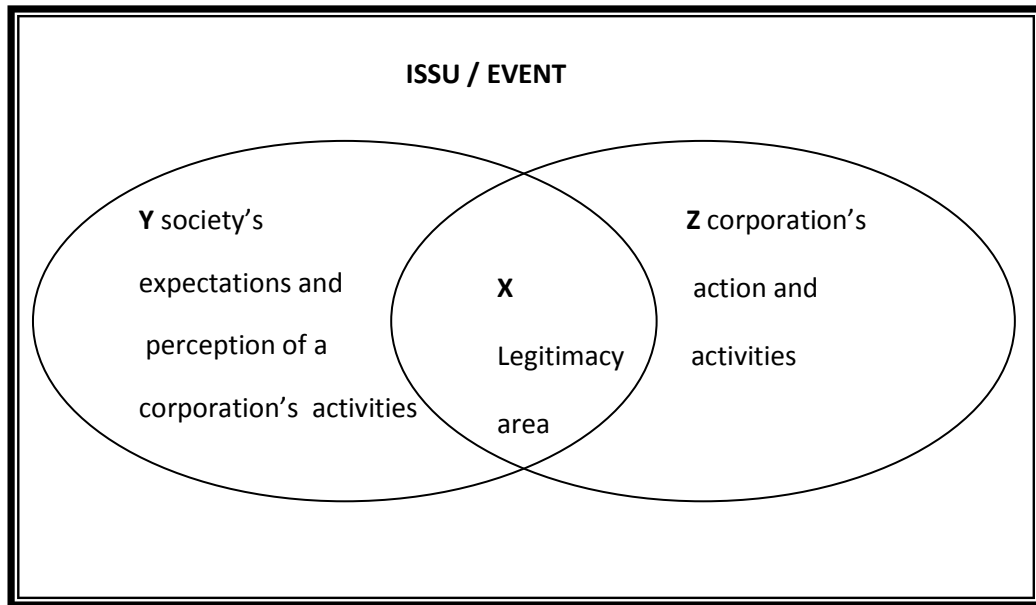
sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan. Hal tersebut dapat mendorong atau membantu investor dalam melakukan pengambilan keputusan investasi.

Legitimasi mengalami pergeseran sejalan dengan pergeseran masyarakat dan lingkungan, perusahaan harus dapat menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut baik dalam produk, metode, dan tujuan (Hadi, 2010). Deegan, Robin, dan Tobin (2002) menyatakan legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai (*congruent*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidak sesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam.

O'Donovan (2002) memberikan ilustrasi posisi legitimasi dan kesenjangan legitimasi antara perusahaan dan para *stakeholder*, sebagaimana digambarkan pada diagram berikut:

Gambar 2.1

Daerah *Legitimacy gap*



Sumber : Gary O'Donovan (2002)

Diagram diatas menunjukkan bahwa wilayah X merupakan kesesuaian (*congruence*) antara operasi perusahaan (*coporate activities*) dengan penghargaan masyarakat (*society's expectation*), termasuk kesesuaian antara nilai dan norma. Sedang wilayah Y dan Z merupakan ketidaksesuaian (*incongruence*) antara operasi perusahaan (*corporation's actions*) terhadap persepsi masyarakat (*legitimacy gap*). Pengurangan kesenjangan legitimasi dapat dilakukan dengan jalan memperlebar wilayah X lewat strategi legitimasi, seperti dengan cara meningkatkan tanggungjawab sosial (*social responsibility*) dan memperluas pengungkapan, termasuk pengungkapan sosial (*social disclosure*) sebagai wujud akuntabilitas dan keterbukaan operasi perusahaan atas berbagai dampak yang ditimbulkan (O'Donovan, 2002).

Wartick dan Mahon (2004) dalam Hadi (2010) menyatakan bahwa *legitimacy gap (incongruence)* dapat terjadi karena beberapa faktor, seperti:

1. Ada perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah.
2. Kinerja perusahaan tidak berubah tetapi harapan masyarakat terhadap perusahaan telah berubah.
3. Kinerja perusahaan dan harapan masyarakat berubah kearah yang berbeda, atau ke arah yang sama tetapi waktunya berbeda.

Dowling dan Preffer (1975) dalam Hadi (2010) menyatakan bahwa aktivitas organisasi perusahaan hendaknya sesuai dengan nilai sosial lingkungannya. Lebih lanjut dinyatakan, bahwa terdapat dua dimensi agar perusahaan memperoleh dukungan legitimasi, yaitu: (1) aktivitas organisasi perusahaan harus sesuai (*congruence*) dengan sistem nilai di masyarakat; (2) pelaporan aktivitas perusahaan juga hendaknya mencerminkan nilai sosial.

Pettern (1992) dalam Hadi (2010) menyatakan bahwa upaya yang perlu dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mengelola legitimasi agar efektif, yaitu dengan cara:

1. Melakukan identifikasi dan komunikasi/dialog dengan publik.
2. Melakukan komunikasi dialog tentang masalah nilai sosial kemasyarakatan dan lingkungan, serta membangun persepsinya tentang perusahaan.

3. Melakukan strategi legitimasi dan pengungkapan, terutama terkait dengan masalah tanggungjawab sosial (*social responsibility*).

Menurut Harsanti (2011) teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan dalam upaya untuk mendapatkan legitimasi dimana perusahaan itu berada. Legitimasi ini pada tahapan berikutnya akan mengamankan perusahaan dari hal-hal yang tidak diinginkan. Lebih jauh lagi, legitimasi ini akan meningkatkan reputasi perusahaan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan tersebut.

2.1.2 Teori Stakeholder

Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap para pemilik (*shareholder*) sebagaimana yang terjadi selama ini, namun bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*), yang selanjutnya disebut dengan tanggung jawab sosial (*social responsibility*) (Hadi, 2010). Fenomena tersebut terjadi sebagai akibat adanya tuntutan masyarakat atas timbulnya eksternalitas negatif serta ketimpangan sosial yang terjadi (Harahap, 2002 dalam Hadi, 2010).

Stakeholder adalah semua pihak baik eksternal maupun internal yang memiliki hubungan baik bersifat langsung maupun tidak langsung, dipengaruhi maupun tidak dipengaruhi oleh perusahaan (Hadi, 2010). Dengan demikian, *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti: pemerintah, perusahaan-perusahaan asing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati

lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan.

Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholders* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut, pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholders* (Gray, *et al.*, 1995 dalam Fahrizqi, 2010). Perusahaan bukan hanya merupakan suatu entitas yang beroperasi untuk kepentingan sendiri, dan untuk mendapat dukungan dari *stakeholders* perusahaan harus memberikan manfaat bagi para *stakeholders* (Fahrizqi, 2010).

Greenley dan Foxall (1998) dalam Hadi (2010) menyatakan bahwa terkait keberadaan perusahaan yang tidak dapat dipisahkan dengan keberadaan *stakeholder*, serta daya dukungnya terhadap upaya meningkatkan kinerja ekonomi dan sosial perusahaan, terdapat empat klasifikasi *stakeholder* perusahaan, yaitu (1) orientasi konsumen; (2) orientasi kompetitor; (3) orientasi karyawan; (4) orientasi pemegang saham.

Orientasi konsumen, berkaitan dengan bagaimana perusahaan seharusnya menjalin hubungan dengan para konsumennya. Hal ini dipandang sangat penting karena *Going-concern* (keberlanjutan) atau kehancuran perusahaan sangat tergantung pada komitmen dan legitimasi konsumen dalam menjalin hubungan dengan perusahaan (Jowarski dan kohli, 1993)

Orientasi kompetitor, terkait dengan tipologi *dis-competitive advantage* perusahaan terhadap kompetitornya. Hal itu muncul sebagai upaya menjaga *competitive advantage*, di mana seharusnya perusahaan tertutup orientasi strategi

terhadap kompetitor, karena hal itu dapat melemahkan posisi perusahaan (Lumpkin dan Dess, 1996).

Orientasi karyawan, terkait dengan bagaimana seharusnya perusahaan memperhatikan kepentingan karyawan dan peningkatan kepuasan kebutuhan (Lingsw, Greenly dan Brooderick, 2000). Perusahaan yang memiliki komitmen terhadap karyawan, mereka selalu berusaha meningkatkan keterbukaan, menciptakan rasa aman dalam bekerja (*job in security*) dan meningkatkan kepuasan kerja. Hal itu berpengaruh terhadap kinerja baik secara individual maupun kelompok (Hooley, dkk 2000).

Orientasi pemegang saham, terkait dengan bagaimana manajemen menjaga keterbukaan dengan kepentingan pemegang saham. Legitimasi pemegang saham dapat ditingkatkan dengan cara menjaga kepentingan pemegang saham dalam perusahaan, seperti upaya menciptakan rasa aman dalam berinvestasi dan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham (Samuels, Wilkkes dan Brayshaw, 1990).

Kasali (2005) membagi *stakeholder*, menjadi:

1. *Stakeholders* internal dan *stakeholders* eksternal.
Stakeholders internal adalah *stakeholders* yang berada dalam lingkungan organisasi, misalnya karyawan, manajer dan pemegang saham (*shareholders*). Sedangkan *stakeholders* eksternal adalah *stakeholders* yang berada diluar lingkungan organisasi, seperti: penyalur atau pemasok, konsumen atau

pelanggan, masyarakat, pemerintah, pers, kelompok investor, dan lainnya.

2. *Stakeholders* primer, *stakeholders* sekunder dan *stakeholders* marjinal. *Stakeholders* primer merupakan *stakeholders* yang harus diperhatikan oleh perusahaan, dan *stakeholders* sekunder merupakan *stakeholders* kurang penting, sedangkan *stakeholders marjinal* merupakan *stakeholders* yang sering diabaikan oleh perusahaan. *Stakeholders* tradisional dan *stakeholders* masa depan, karyawan dan konsumen merupakan *stakeholders* tradisional, karena saat ini sudah berhubungan dengan organisasi. Sedangkan *stakeholders* masa depan adalah *stakeholders* pada masa yang akan datang diperkirakan akan memberikan pengaruh pada organisasi, seperti: peneliti, konsumen potensial, calon investor (*investor potensial*) dan lainnya.
3. *Stakeholders* tradisional dan *stakeholders* masa depan. Karyawan dan konsumen dapat disebut *stakeholders* tradisional, karena saat ini sudah berhubungan dengan organisasi. Sedangkan *stakeholders* masa depan adalah *stakeholders* pada masa yang akan datang diperkirakan akan memberikan pengaruh pada organisasi, seperti : peneliti, konsumen potensial, calon investor (*investor potensial*) dan lainnya.

4. *Proponents, opponents, uncommitted.* *Stakeholders proponents* merupakan stakeholders yang berpihak kepada perusahaan, *stakeholders opponents* merupakan *stakeholders* yang tidak memihak perusahaan, sedangkan *stakeholders uncommitted* adalah *stakeholders* yang tak peduli lagi terhadap perusahaan (organisasi).
5. *Silent majority* dan *vocal minority*. Dilihat aktivitas *stakeholders* dalam melakukan komplain atau dukungannya secara *vocal* (aktif), namun ada pula yang menyatakan secara *silent* (pasif).

Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajer korporasi mengerti lingkungan *stakeholder* mereka dan melakukan pengelolaan dengan lebih efektif di antara keberadaan hubungan-hubungan di lingkungan perusahaan mereka. Namun demikian, tujuan yang lebih luas dari teori *stakeholder* adalah untuk menolong manajer korporasi dalam meningkatkan nilai dari dampak aktifitas-aktifitas mereka, dan meminimalkan kerugian-kerugian bagi *stakeholder*. Pada kenyataannya, inti keseluruhan teori *stakeholder* terletak pada apa yang akan terjadi ketika korporasi dan *stakeholder* menjalankan hubungan mereka (Yuniarti, 2007).

2.1.3. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi berkaitan dengan hubungan antara anggota dalam suatu perusahaan yaitu manajer sebagai agen dengan *stakeholder* dan *shareholder* sebagai prinsipal. Jensen dan Meckling (1976) dalam Sabrinna (2010) menyatakan bahwa hubungan keagenan adalah sebuah kontrak antara manajer dengan investor. Hubungan *agency* adalah dimana satu atau lebih orang (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk melaksanakan jasa atas nama mereka yang melibatkan pendelegasian wewenang pembuatan keputusan kepada agen (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Mulia, 2010).

Teori agensi merupakan dasar untuk memahami konsep *corporate governance*. Dalam hubungan keagenan dimungkinkan terjadinya konflik antara prinsipal dan agen. Konflik dapat disebabkan karena agen tidak bertindak sesuai dengan keinginan prinsipal sehingga hal ini dapat memicu timbulnya biaya keagenan.

Teori keagenan mengemukakan jika antar pihak *principal* (pemilik) dan agen (manajer) memiliki kepentingan yang berbeda, muncul konflik yang dinamakan dengan konflik keagenan (*agency conflict*). Pemisahan fungsi antara pemilik dan manajemen ini memiliki dampak negatif yaitu keleluasaan manajemen (pengelola) perusahaan untuk memaksimalkan laba. Hal ini akan mengarah pada proses memaksimalkan kepentingan manajemen sendiri dengan biaya yang harus ditanggung oleh pemilik perusahaan. Kondisi ini terjadi karena *asymmetry information* antara manajemen dan pihak lain yang tidak memiliki sumber dan akses yang memadai untuk memperoleh informasi yang digunakan

untuk memonitor tindakan manajemen (Richardson, 1998 ; DuCharme et al., 2000 dalam Hastuti, 2006).

Teori keagenan (*agency theory*) mengimplikasikan adanya asimetri informasi antara manajer sebagai agen dan pemilik (dalam hal ini adalah pemegang saham) sebagai prinsipal. Asimetri informasi muncul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemegang saham dan *stakeholder* lainnya. Dikaitkan dengan peningkatan nilai perusahaan, ketika terdapat asimetri informasi, manajer dapat memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada investor guna memaksimalkan nilai saham perusahaan. Sinyal yang diberikan dapat dilakukan melalui pengungkapan (*disclosure*) informasi akuntansi.

Keberandaan *agency cost* berjalan seiring adanya asimetri informasi (Sabrinna, 2010). Pengungkapan merupakan suatu alat yang penting untuk mengatasi masalah keagenan antara pemilik dengan manajemen, karena dianggap sebagai upaya untuk mengurangi asimetri informasi (Helay dan Palepu, 1993 dalam Sabrinna, 2010).

Menurut Anggraini (2006) di dalam hubungan keagenan terdapat 3 faktor yang mempengaruhi yaitu biaya pengawasan (*monitoring cost*), biaya kontrak (*contracting cost*), dan visibilitas politis. Perusahaan yang menghadapi biaya pengawasan dan kontrak yang tinggi cenderung akan memilih metode akuntansi yang dapat meningkatkan laba yang dilaporkan, dan perusahaan yang menghadapi visibilitas politis yang tinggi cenderung akan memilih metode dan teknik akuntansi yang dapat melaporkan laba menjadi lebih rendah.

2.1.4. Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR adalah sebuah konsep yang telah menarik perhatian dunia dan mendapat perhatian dalam ekonomi global. Namun demikian, konsep CSR masih belum seragam dengan pandangan yang masih beragam tentang kegunaan dan aplikabilitas potensialnya (Jamali dan Mirshak, 2006 dalam Wesnia, 2008). Konsep CSR yang cukup terkenal dan modelnya telah banyak di aplikasikan adalah konsep CSR Carroll (1979) dan Wood (1991) dalam (Jamali dan Mirshak, 2006). Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggung jawab organisasi dibidang hukum (Darwin, 2004 dalam Mulia, 2010).

OECD (*Organization for Economic Cooperation and Development*)

mendefinisikan CSR sebagai :

“Business’s contribution to sustainable development and that corporate behavior must not only ensure returns to shareholders, wages to employees, and products and services to consumers, but they must respond to societal and environmental concerns and value”

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)

mendefinisikan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan sebagai: “kelanjutan komitmen oleh suatu entitas bisnis untuk bertindak secara etis dan berperan untuk pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas hidup di tempat kerja dan terhadap keluarga mereka seperti halnya masyarakat lokal dan masyarakat yang lebih luas”. CSR Forum memberikan definisi, “ CSR berarti bahwa praktek bisnis

terbuka dan transparan, yang didasarkan pada nilai-nilai etis dan perhatian terhadap para pekerja, masyarakat, dan lingkungan (Wibisono, 2007 dalam Yuniarti, 2007).

Komisi Komunitas Eropa (*Commission of the European Communities*, 2001) mendefinisikan CSR sebagai konsep di mana perusahaan memperhatikan integrasi sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis dan dalam interaksi mereka dengan *stakeholder* pada basis suka rela (*voluntary*). Bagi Komisi Komunitas Eropa pengertian ini tidak hanya memenuhi tanggung jawab hukum tetapi juga untuk meraih tujuan sosial, lingkungan, dan ekonomi yang lebih luas (Yuniarti, 2007). Lebih lanjut, World Bank (2004) mendefinisikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk berperan dalam kelangsungan pertumbuhan ekonomi berkaitan dengan karyawan, keluarga mereka, masyarakat lokal, dan masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas hidup, melalui aktivitas yang tepat bagi perusahaan dan bagi pengembangan.

Menurut Wood (1991) dalam Yuniarti (2007), ide dasar dari CSR adalah bahwa bisnis dan masyarakat saling terkait dan bukan entitas yang terpisah. Secara lebih umum, terdapat perbedaan antara memperlakukan CSR sebagai sebuah bentuk kedermawanan dengan CSR yang dianggap sebagai bisnis inti (*core business*). Awalnya perusahaan melakukan aktivitas bisnis tanpa menghiraukan lingkungan sosial, namun belakangan perusahaan melakukan operasi bisnis intinya dengan cara bertanggung jawab secara sosial untuk meningkatkan daya saing bisnis dan memaksimalkan nilai kesejahteraan masyarakat.

Menurut Suranta (2007) *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat tempatan. CSR memandang perusahaan sebagai agen moral. Parameter suatu keberhasilan suatu perusahaan dalam pandangan CSR adalah pengedepanan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik dengan memperhatikan kepentingan kelompok masyarakat lain.

CSR merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang Perseroan Terbatas (UU No. 40 tahun 2007), yang berisi 4 (empat) ayat, yaitu:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah

Menurut Fajri (2006) dalam Suranta (2007), penerapan CSR secara konsisten merupakan bagian dari upaya memaksimalkan nilai perusahaan. CSR merupakan komitmen perusahaan berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan tetap mengedepankan peningkatan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat luas. Ada dua alasan perusahaan menerapkan CSR. Pertama, faktor eksternal yang berupa keharusan sosial. Hal ini berhubungan dengan keseimbangan eksternal sebagai aspek pokok GCG (*Good Corporate Governance*) sebagai jawaban atas tuntutan masyarakat terhadap perusahaan yang sifatnya ekonomis yang kadang-kadang tidak sesuai dengan kepentingan bisnis perusahaan. Kedua, faktor internal, berkaitan dengan bagaimana perilaku pribadi pengelola perusahaan. Internal *drivers* melakukan CSR berkaitan dengan peluang bisnis. Faktor eksternal dan internal harus jalan bersama. Tanpa keharusan dari luar dan kemauan perusahaan menerapkan CSR, program CSR tersebut akan mengalami hambatan pelaksanaan.

Kegiatan operasi perusahaan sering menimbulkan masalah pada lingkungan dan masyarakat seperti masalah sosial, polusi sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat keamanan produk, serta hak dan status tenaga kerja (Gray et. al., 1987 dalam Sembiring, 2003). Hal ini mengakibatkan ketidakselarasan antara perusahaan dengan masyarakat, yang pada akhirnya melahirkan berbagai kritik terhadap perusahaan agar memperhatikan tanggung jawab sosial.

Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Hasibuan (2001) dalam Sembiring (2003) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan dapat dibagi menjadi tiga level sebagai berikut :

1. *Basic responsibility*. Tanggung jawab perusahaan pada level ini muncul sebagai akibat dari keberadaan perusahaan. Tanggung jawab itu antara lain : pembayaran pajak, hukum, standar pekerjaan, memuaskan pemegang saham, dan lain-lain.
2. *Organizational responsibility*. Dalam level ini tanggung jawab perusahaan adalah untuk memenuhi kebutuhan *stakeholder* seperti karyawan, konsumen, pemegang saham dan masyarakat sekitarnya.
3. *Societal responsibility*. Level ini merupakan tahapan ketika terjadi interaksi antara perusahaan dengan kekuatan lain di masyarakat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan dengan melibatkan lingkungan secara keseluruhan. Penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial umumnya dilakukan pada level *organizational responsibility* dan *societal responsibility*.

2.1.5 Corporate Governance

The Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)

mendefinisikan *corporate governance* sebagai berikut:

“Corporate governance is the system by which business corporations are directed and controlled. The corporate governance structure specifies the distribution rights and responsibilities among different participants in the corporation, such as the board, the managers, shareholders and other stakeholders, and spell out rules and procedure for making

decisions on corporate affairs. By doing this, it also provides the structure through which the company objectives are set, and the means of attaining those objectives and monitoring performance”.

Menurut OECD *corporate governance* adalah sistem yang digunakan untuk mengarahkan dan mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan. *Corporate governance* mengatur pembagian tugas, hak dan kewajiban mereka yang berkepentingan terhadap kehidupan perusahaan, termasuk pemegang saham, dewan pengurus, para manajer, dan semua anggota *the stakeholders non-pemegang saham* (Widuri dan Paramita, 2008 dalam Prasetyo 2010).

IICG (*Indonesian Institute for Corporate Governace*) mendefinisikan *corporate governance* sebagai serangkaian mekanisme untuk mengarahkan dan mengendalikan suatu perusahaan agar operasional perusahaan berjalan sesuai dengan harapan para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Disamping itu *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI) juga menjelaskan, bahwa tujuan dari *corporate Governance* adalah”untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*)”.

Menurut OECD, terdapat empat unsur penting dalam *corporate governance*, yaitu:

1. *Fairness* (Keadilan). Menjamin perlindungan hak-hak para pemegang saham termasuk hak-hak pemegang saham minoritas dan para pemegang saham asing, serta menjamin terlaksananya komitmen dengan para investor (OECD *Business Sector Advisory Group on Corporate Governanc*, 1998).

2. *Transparency* (Transparansi). Mewajibkan adanya suatu informasi yang terbuka, tepat waktu, serta jelas, dan dapat diperbandingkan menyangkut keadaan keuangan, pengelolaan perusahaan, dan kepemilikan perusahaan (OECD *Business Sector Advisory Group on Corporate Governance*, 1998).
3. *Accountability* (Akuntabilitas). Menjelaskan peran dan tanggung jawab, serta mendukung usaha untuk menjamin penyeimbangan kepentingan manajemen dan pemegang saham, sebagaimana yang diawasi oleh dewan komisaris (dalam *two tiers system*) (OECD *Business Sector Advisory Group on Corporate Governance*, 1998).
4. *Responsibility* (Pertanggungjawaban). Memastikan dipatuhinya peraturan serta ketentuan yang berlaku sebagai cerminan dipatuhinya nilai-nilai sosial (OECD *Business Sector Advisory Group on Corporate Governance*, 1998).

Prinsip-prinsip good corporate governance yang dikembangkan OECD meliputi lima hal sebagai berikut:

1. Perlindungan terhadap hak-hak pemegang saham

Kerangka yang dibangun dalam corporate governance harus mampu melindungi hak-hak para pemegang saham. Hak-hak tersebut meliputi hak-hak dasar pemegang saham, yaitu hak untuk (1) menjamin keamanan metode pendaftaran kepemilikan,

(2) mengalihkan atau memindahkan saham yang dimilikinya, (3) memperoleh informasi mengenai perusahaan secara berkala dan teratur, (4) ikut berperan dan memberiakan suara dalam RUPS, (5) memilih anggota dewan komisaris dan direksi, serta (6) memperoleh pembagian keuntungan perusahaan (OECD *Business Sector Advisory Group on Corporate Governance*, 1998).

2. Persamaan perlakuan terhadap seluruh pemegang saham

Kerangka *corporate governance* harus menjamin adanya perlakuan yang sama terhadap seluruh pemegang saham, termasuk pemegang saham minoritas dan asing. Seluruh pemegang saham harus memiliki kesempatan untuk mendapatkan penggantian atau perbaikan atas pelanggaran hak-hak mereka. Prinsip ini juga mensyaratkan adanya perlakuan yang sama atas saham-saham yang berada dalam satu kelas, melarang praktek-praktek *insider trading* dan *self dealing*, dan mengharuskan anggota dewan komisaris maupun anggota dewan direksi untuk mengungkapkan kepada dewan komisaris apabila memiliki kepentingan yang material baik secara langsung, tidak langsung maupun melalui pihak ketiga yang berdampak langsung terhadap perusahaan (OECD *Business Sector Advisory Group on Corporate Governance*, 1998).

3. Peranan stakeholders yang terkait dengan perusahaan

Kerangka *corporate governance* harus memberikan pengakuan terhadap hak-hak *stakeholders*, seperti ditentukan dalam Undang-Undang, dan mendorong kerjasama yang aktif antara perusahaan dengan para *stakeholders* tersebut dalam rangka menciptakan kesejahteraan, lapangan kerja, dan kesinambungan usaha (OECD *Business Sector Advisory Group on Corporate Governance*, 1998).

4. Keterbukaan dan Transparansi

Kerangka *corporate governance* harus menjamin adanya pengungkapan yang tepat waktu dan akurat untuk setiap permasalahan yang berkaitan dengan perusahaan. Pengungkapan ini meliputi informasi mengenai keadaan keuangan, kinerja perusahaan, kepemilikan, dan pengelolaan perusahaan. Di samping itu, informasi yang diungkapkan harus disusun, diaudit, dan disajikan sesuai dengan standar yang berkualitas tinggi. Manajemen juga diharuskan meminta auditor eksternal melakukan audit yang bersifat independen atas laporan keuangan (OECD *Business Sector Advisory Group on Corporate Governance*, 1998).

5. Akuntabilitas dewan komisaris (*board of directors*)

Kerangka *corporate governance* harus menjamin adanya pedoman strategis perusahaan, pemantauan yang efektif terhadap manajemen yang dilakukan oleh dewan komisaris, dan

akuntabilitas dewan komisaris terhadap perusahaan dan pemegang saham. Prinsip ini juga memuat kewenangan-kewenangan yang harus dimiliki oleh dewan komisaris beserta kewajiban-kewajiban profesionalnya kepada pemegang saham dan *stakeholders* lainnya (OECD *Business Sector Advisory Group on Corporate Governance*, 1998).

2.2 Penelitian Terdahulu

Sembiring (2005) melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan di Indonesia tahun 2002. Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang tercatat (*go-public*) di Bursa Efek Jakarta (BEJ) seperti yang tercantum dalam *Indonesian Capital Market Directory 2002*. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa variabel *size*, *profile*, dan ukuran dewan komisaris mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan profitabilitas dan *leverage* mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perusahaan menunjukkan tanggung jawabnya terhadap kepentingan sosial dengan memberikan informasi sosial serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial di dalam laporan keuangan tahunan pada perusahaan-perusahaan di Indonesia. Data penelitian ini adalah semua sektor perusahaan yang listing di BEI tahun 2000-2004. Penelitian ini menggunakan variabel prosentase kepemilikan manajemen,

tingkat leverage, biaya politis dan profitabilitas. Hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa presentase kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh signifikan terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial.

Machmud dan Djakman (2008) melakukan penelitian terhadap pengaruh struktur kepemilikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR Disclosure) dalam laporan tahunan pada perusahaan publik yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2006. Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2006 yang berjumlah 107 perusahaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa struktur kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2006. Penelitian ini juga menemukan bahwa kepemilikan institusional tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan.

Penelitian yang dilakukan oleh Said, *et al* (2009) bertujuan untuk menguji hubungan antara CSR dan karakteristik *Corporate Governance* pada perusahaan publik di Malaysia. Karakteristik *Corporate Governance* yang digunakan antara lain ukuran dewan komisaris, direktur non-eksekutif independen, dualitas CEO, komite audit, konsentrasi kepemilikan, kepemilikan manajerial, kepemilikan asing, dan kepemilikan saham oleh pemerintah. Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Malaysia pada tahun 2006. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hanya ada dua variabel yang

berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR di Malaysia yaitu kepemilikan saham oleh pemerintah dan komite audit.

Rustiarini (2010) melakukan penelitian terhadap pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada nilai perusahaan, pengaruh *Corporate Governance* yang di proksikan dengan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen, dan jumlah anggota komite audit pada nilai perusahaan serta pengaruh *Corporate Governance* pada hubungan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan. Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sampai tahun 2008. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan, begitu pula dengan *Corporate governace* berpengaruh kepada nilai perusahaan .

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

Peneliti (Tahun)	Alat Analisis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
Sembiring (2005)	Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>)	Variabel Independen: <i>size</i> , profitabilitas, <i>profile</i> , ukuran dewan komisaris, <i>leverage</i> Variabel Dependen: CSR	Dalam pengujian secara parsial tiga variabel yaitu <i>size</i> , <i>profile</i> , dan ukuran dewan komisaris ditemukan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
Anggraini (2006)	Regresi Berganda (<i>Multiple</i>	Variabel Independen: kepemilikan manajemen, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan,	Terdapat lima faktor yang dapat dipertimbangkan

	<i>Regression)</i>	tipe industri, profitabilitas Variabel Dependen: CSR <i>disclosure</i>	oleh perusahaan untuk mengungkapkan akuntansi CSR, yaitu faktor kepemilikan manajemen, hutang, ukuran dan tipe perusahaan, dan profitabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan hampir semua perusahaan mengungkapkan kinerja ekonomi karena sudah ditetapkan dalam PSAK 57. Kepemilikan manajemen dan tipe industri menjadi bahan pertimbangan untuk pengungkapan CSR.
Rosmasita (2007)	Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>)	Variabel Independen: kepemilikan manajemen, tingkat <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, dan profitabilitas Variabel Dependen: pengungkapan sosial	Pengujian secara simultan menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara faktor-faktor perusahaan terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Variabel kepemilikan manajemen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan sosial.

Machmud dan Djakman (2008)	Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>)	Variabel Independen: kepemilikan asing, dan kepemilikan institusi Variabel Dependen: <i>Corporate Social Disclosure Index</i> (CSDI)	Kepemilikan institusional serta kepemilikan asing tidak mempengaruhi luas pengeungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan
Amran dan Devi (2008)	Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>)	Variabel Independen: <i>foreign shareholders, government shareholding, dependence on government, dependence on foreign partner, industry, size, profitability</i> Variabel Dependen: CSR	Pemerintah berpengaruh terhadap perkembangan CSR di Malaysia, sedangkan afiliasi dengan pihak asing tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan CSR di Malaysia.
Said, <i>et al</i> (2009)	Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>)	Variabel Independen: dewan komisaris, direktur non-eksekutif independen, dualitas CEO, komite audit, konsentrasi kepemilikan, kepemilikan manajerial, kepemilikan asing, dan kepemilikan saham oleh pemerintah Variabel Dependen: CSR <i>disclosure</i>	Kepemilikan saham oleh pemerintah dan komite audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap luas pengungkapan CSR pada perusahaan publik di Malaysia.
Rustiarini (2010)	Statistik Deskriptif dan Analisis Regresi	Variabel Independen: kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen, jumlah anggota komite audit Variabel Dependen: pengungkapan CSR dan nilai perusahaan.	Pengungkapan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan, Corporate Governance berpengaruh pada nilai perusahaan, pengungkapan CSR merupakan keunggulan kompetitif perusahaan.

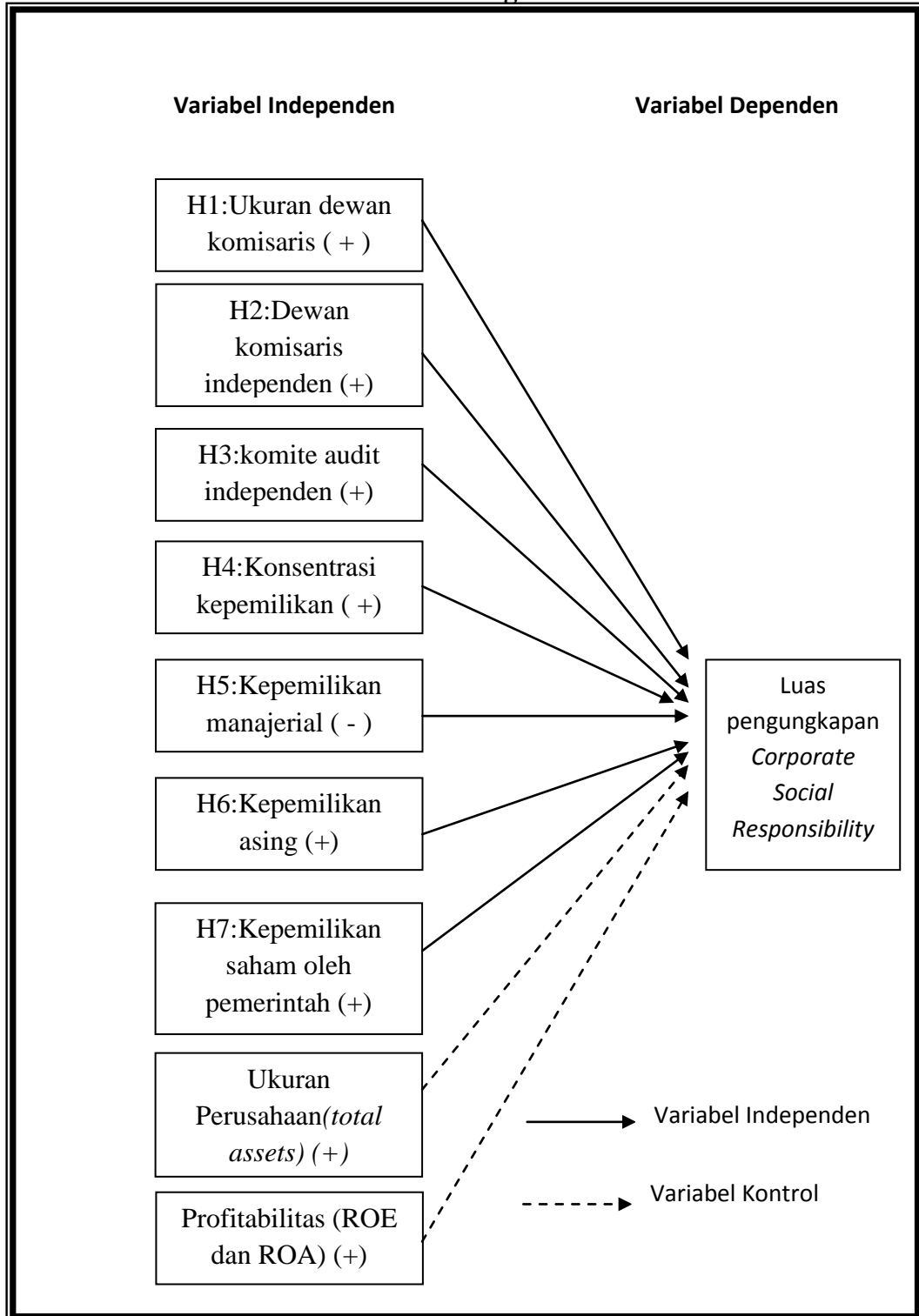
2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu, peneliti mengindikasikan faktor-faktor *corporate governance* yang digunakan antara lain ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, komite audit independen, konsentrasi kepemilikan, kepemilikan manajerial, kepemilikan asing, dan kepemilikan saham oleh pemerintah sebagai variabel independen penelitian serta ukuran perusahaan (*total assets*) dan profitabilitas (ROE dan ROA) sebagai variabel kontrol.

Untuk membantu dalam memahami faktor-faktor *Corporate Governance* yang mempengaruhi luas pengungkapan CSR diperlukan suatu kerangka pemikiran. Dari landasan teori yang telah diuraikan di atas, disusun hipotesis yang merupakan alur pemikiran dari peneliti kemudian digambarkan dalam kerangka teoritis yang disusun sebagai berikut:

Gambar 2.2

Skema Kerangka Pemikiran



2.4 Perumusan Hipotesis

2.4.1 Hubungan Ukuran Dewan Komisaris dengan Pengungkapan CSR

Menurut Wardhani (2006) kesuksesan perusahaan akan sangat ditentukan oleh keputusan atau strategi yang diambil oleh perusahaan. Dewan memegang peranan yang sangat signifikan bahkan peran yang utama dalam penentuan strategi perusahaan tersebut. Indonesia merupakan negara yang menggunakan konsep *two tier*, di mana dewan terdiri dari dewan direksi dan dewan komisaris.

Dewan Komisaris merupakan suatu mekanisme untuk mengawasi dan untuk memberikan petunjuk dan arahan pada pengelola perusahaan atau pihak manajemen. Dalam hal ini manajemen bertanggung jawab untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan, sedangkan Dewan Komisaris bertanggung jawab untuk mengawasi manajemen (FCGI, 2002).

Beberapa penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara ukuran Dewan Komisaris dengan tingkat pengungkapan informasi sosial oleh perusahaan. Hasil penelitian Sembiring (2005) dan Sulastini (2007) menemukan adanya hubungan positif yang signifikan antara ukuran Dewan komisaris dengan pengungkapan CSR di Indonesia. Hal ini berarti semakin banyak anggota Dewan Komisaris dalam suatu perusahaan maka monitoring akan berjalan dengan baik dan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan akan semakin luas (Waryanto, 2010).

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

H1 = Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR

2.4.2 Hubungan Komisaris Independen dengan Pengungkapan CSR

Menurut Wardhani (2006) salah satu permasalahan dalam penerapan *Corporate Governance* adalah adanya CEO yang memiliki kekuatan yang lebih besar dibandingkan dengan dewan komisaris. Padahal fungsi dari dewan komisaris ini adalah untuk mengawasi kinerja dari Dewan Direksi yang dipimpin CEO tersebut. Efektifitas Dewan Komisaris dalam menyeimbangkan kekuatan CEO tersebut sangat dipengaruhi oleh tingkat Independensi Dewan Komisaris tersebut (Lorsch, 1989; Mizruchi, 1983; Zahra & Pearce, 1989).

Penelitian Agrawal dan Knoeber (1996); Baysinger dan Butler (1985) dalam Rahman dan Ali (2006) menemukan bahwa dengan adanya Dewan Komisaris Independen, pengelolaan perusahaan lebih efektif dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Apabila jumlah Komisaris Independen semakin besar atau dominan, hal ini dapat memberikan *power* kepada Dewan Komisaris untuk menekan Manajemen untuk meningkatkan kualitas pengungkapan perusahaan (Haniffa dan Cooke, 2002 dalam Waryanto, 2010).

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

H2 = Independensi Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR

2.4.3 Hubungan Proporsi Komite Audit Independen dengan pengungkapan CSR

Menurut Wawo (2010) komite audit merupakan badan yang dibentuk dewan direksi untuk mengaudit operasi dan keadaan. Badan ini bertugas memilih dan menilai kinerja perusahaan dan kantor akuntan publik. Komite audit adalah suatu badan yang dibentuk didalam perusahaan klien yang bertugas untuk memelihara independensi akuntan pemeriksa terhadap manajemen.

Lebih lanjut menurut Wawo (2010) komite audit berfungsi untuk memberikan pandangan mengenai masalah-masalah yang berhubungan dengan kebijakan keuangan, akuntansi dan pengendalian intern. Tujuan pembentukan komite audit (KNKG 2006) adalah: Memastikan laporan keuangan yang dikeluarkan tidak menyesatkan dan sesuai dengan praktik akuntansi yang berlaku umum, memastikan bahwa internal kontrolnya memadai, menindak lanjut dugaan terhadap adanya penyimpangan yang material di bidang keuangan dan implikasi hukumnya dan merekomendasikan seleksi auditor eksternal.

Collier (1993) dalam Nasir dan Abdullah (2004) dalam Waryanto (2010) menyatakan bahwa keberadaan komite audit membantu menjamin penungkapan dan sistem pengendalian akan berjalan dengan baik. Dengan demikian, diharapkan dengan ukuran komite audit yang semakin besar, maka pengawasan yang dilakukan akan semakin baik dan kualitas pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan semakin meningkat atau semakin luas.

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

H3 = Proporsi Komite Audit Independen berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR

2.4.4 Hubungan Konsentrasi Kepemilikan dengan Pengungkapan CSR

Penelitian atas konsentrasi kepemilikan menunjukkan bahwa kepemilikan perusahaan di Asia timur termasuk Indonesia ditemukan cenderung terkonsentrasi (Claessens *et al.*, 2000 dan 2002 dalam Wawo, 2010). La porta *et al.*, (1999 dan 2002) menemukan bahwa struktur kepemilikan yang terkonsentrasi terjadi di negara-negara tingkat *Corporate Governance* rendah. Tingkat konsentrasi kepemilikan perusahaan di Indonesia dapat mempengaruhi kinerja komisaris independen dan komite audit dalam melakukan pengawasan terhadap perusahaan. Siregar (2007) menunjukkan bahwa konsentrasi kepemilikan pisah batas 10%, 20%, 30%, 40% dan 50% berpengaruh negatif terhadap keputusan deviden perusahaan.

Menurut Yu dan Shao (2007) dalam Waryanto (2010) struktur kepemilikan yang terkonsentrasi merupakan cara efektif untuk menurunkan biaya agensi dan melakukan proses monitoring dengan baik. Dengan kepemilikan saham yang terkonsentrasi, maka pemegang saham dapat mengimbangi informasi yang dimiliki oleh manajer. Dengan kata lain proses monitoring dari pihak pemegang saham terhadap manajemen dapat berjalan dengan baik dan tindakan oportunistik manajemen untuk menyembunyikan informasi akan bekurang. Dengan demikian dapat mendorong pengungkapan CSR secara lebih luas.

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

H4 = Konsentrasi Kepemilikan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR

2.4.5 Hubungan Kepemilikan Manajerial dengan Pengungkapan CSR

Faisal (2004), Wahidawati (2001), Born (1988) dalam Junaidi (2006) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008) menyatakan bahwa kepemilikan manajemen adalah persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh direksi, manajer dan dewan komisaris. Dengan adanya kepemilikan manajemen dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan dugaan yang menarik bahwa nilai perusahaan meningkat sebagai akibat kepemilikan manajemen yang meningkat.

Jensen & Meckling (1976) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008) menganalisis bagaimana nilai perusahaan dipengaruhi oleh distribusi kepemilikan antara pihak manajer yang menikmati manfaat dan pihak luar yang tidak menikmati manfaat. Dalam kerangka ini, peningkatan kepemilikan manajemen akan mengurangi *agency difficulties* melalui pengurangan insentif untuk mengkonsumsi manfaat/keuntungan dan mengambil alih kekayaan pemegang saham. Pengurangan ini sangat potensial dalam misalokasi *resources*, yang pada gilirannya untuk peningkatan nilai perusahaan.

Menurut Anggraini (2006) semakin besar kepemilikan manajerial di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi lebih

rendah. Manajer perusahaan akan berusaha mengungkapkan informasi sosial dalam rangka meningkatkan *image* perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut (Gray, *et al.* 1998).

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

H5 = Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif terhadap luas pengungkapan CSR

2.4.6 Hubungan Kepemilikan Asing dengan Pengungkapan CSR

Perusahaan multinasional atau dengan kepemilikan asing utamanya melihat keuntungan legitimasi berasal dari para *stakeholder*-nya dimana secara tipikal berdasarkan atas *home market* (pasar tempat beroperasi) yang dapat memberikan eksistensi yang tinggi dalam jangka panjang (Suchman, 1995 dalam Barkemeyer, 2007 dalam dalam Machmud dan Djakman 2008). Lebih lanjut menurut dalam Machmud dan Djakman (2008) pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu media yang dipilih untuk memperlihatkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat di sekitarnya. Dengan kata lain, apabila perusahaan memiliki kontrak dengan *foreign stakeholders* baik dalam *ownership* dan *trade*, maka perusahaan akan lebih didukung dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian Tanimoto dan Suzuki (2005) dalam Machmud dan Djakman (2008) melihat luas adopsi GRI (*Global Reporting Initiative*) dalam laporan tanggung jawab sosial pada perusahaan publik di Jepang, membuktikan bahwa

kepemilikan asing pada perusahaan publik di Jepang menjadi faktor pendorong terhadap adopsi GRI dalam pengungkapan tanggung jawab sosial. Abdul Samad (2002) dan Haniffa dan Cooke (2005) dalam Said *et.al* (2009) juga menemukan hasil yang signifikan antara pengaruh kepemilikan saham asing (*foreign ownership*) dengan pengungkapan CSR.

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

H6 = Kepemilikan Asing berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR

2.4.7 Hubungan Kepemilikan Saham oleh Pemerintah dengan Pengungkapan CSR

Menurut Said *et.al* (2009) intervensi pemerintah dapat mengakibatkan tekanan bagi perusahaan untuk mengungkapkan informasi tambahan karena pemerintah adalah entitas yang dipercaya oleh publik. Eng dan Mak (2003) menemukan bahwa kepemilikan pemerintah terkait dengan pengungkapan sukarela meningkat. Mohd Nasir dan Abdullah (2004) lebih lanjut menemukan bahwa tingkat kepemilikan pemerintah yang relevan mempengaruhi jumlah pengungkapan sukarela. Diperkirakan bahwa kepemilikan saham pemerintah akan mengakibatkan pengungkapan yang lebih besar tanggung jawab sosial perusahaan, karena pemerintah harus mempromosikan transparansi di antara perusahaan publik.

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

H7 = Kepemilikan saham oleh Pemerintah berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Pada penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu, variabel dependen, variabel independen, dan variabel kontrol. Variabel independen terdiri dari ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, komite audit independen, konsentrasi kepemilikan, kepemilikan manajerial, kepemilikan asing, dan kepemilikan pemerintah. Variabel dependen yang digunakan adalah luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan variabel kontrol yang digunakan adalah ukuran perusahaan (*total assets*) dan profitabilitas (ROE dan ROA).

3.1.1 Variabel Dependen

Pada penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah luas pengungkapan *corporate social responsibility* pada laporan tahunan perusahaan atau *corporate social disclosure index* (CSDI). Kategori pengungkapan sosial yang digunakan dalam penelitian ini adalah kategori informasi sosial menurut Said *et al*, (2009) yang meliputi *environment, community, human resource, energy, dan product*. Metode analisis isi (*content analysis*) digunakan untuk mengukur luas pengungkapan CSR. Pengukuran luas pengungkapan CSR tersebut dilakukan dengan cara mengamati ada tidaknya suatu *item* yang ditemukan dalam laporan tahunan, apabila *item* informasi tidak ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 0, dan jika *item* informasi ditemukan dalam laporan tahunan maka diberi skor 1.

3.1.2 Variabel Independen

3.1.2.1 Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran Dewan Komisaris yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah seluruh anggota dewan komisaris yang ada dalam perusahaan. Hal tersebut dapat dihitung dengan menghitung jumlah anggota dewan komisaris perusahaan yang disebutkan dalam laporan tahunan.

$$\text{Ukuran Dewan Komisaris} = \frac{\text{Jumlah seluruh Dewan Komisaris perusahaan}}{\text{perusahaan}} \quad (3.1)$$

3.1.2.2 Dewan Komisaris Independen

Dewan Komisaris Independen merupakan rasio antara jumlah komisaris yang berasal dari luar perusahaan (komisaris independen) atau tidak berasal dari pihak yang terafiliasi terhadap total anggota dewan komisaris perusahaan.

$$\text{Dewan Komisaris Independen} = \frac{\text{Jumlah anggota Dewan Komisaris Independen}}{\text{Jumlah seluruh anggota Dewan Komisaris}} \quad (3.2)$$

3.1.2.3 Komite Audit Independen

Komite Audit Independen merupakan rasio antara anggota Komite Audit yang berasal dari luar perusahaan atau tidak berasal dari pihak yang terafiliasi terhadap total anggota Komite Audit.

$$\text{Independensi Komite Audit} = \frac{\text{Jumlah anggota Independen}}{\text{Jumlah seluruh anggota Komite Audit}} \quad (3.3)$$

3.1.2.4 Konsentrasi Kepemilikan

Konsentrasi Kepemilikan merupakan jumlah saham yang dimiliki oleh sepuluh besar pemegang saham terhadap jumlah total saham yang beredar.

$$\text{Konsentrasi Kepemilikan} = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki oleh sepuluh besar pemegang saham}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \quad (3.4)$$

3.1.2.5 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan Manajerial merupakan presentase jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen perusahaan terhadap jumlah total saham yang beredar.

$$\text{Kepemilikan Manajerial} = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki manajemen}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \quad (3.5)$$

3.1.2.6 Kepemilikan Asing

Kepemilikan Asing merupakan jumlah saham yang dimiliki oleh investor asing, baik perorangan maupun lembaga.

$$\text{Kepemilikan Asing} = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki oleh investor asing}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \quad (3.6)$$

3.1.2.7 Kepemilikan Pemerintah

Kepemilikan Pemerintah merupakan jumlah saham yang dimiliki oleh pemerintah.

$$\text{Kepemilikan Pemerintah} = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki oleh pemerintah}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \quad (3.7)$$

3.1.3 Variabel Kontrol

3.1.3.1 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran Perusahaan diukur berdasarkan total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dilaporkan dalam laporan tahunan.

(3.8)

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

3.1.3.2 Profitabilitas

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham (Fahrizqi, 2010). Variabel profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah ROE dan ROA sebagaimana telah dilakukan dalam penelitian Said, *et al.* (2009). ROE dan ROA dipilih karena merupakan rasio yang dapat menggambarkan kemampuan profitabilitas perusahaan.

$$\text{ROE (return on equity)} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Ekuitas saham}} \quad (3.9)$$

$$\text{ROA (return on asset)} = \frac{\text{Earning after tax (EAT)}}{\text{Total asset}} \quad (3.10)$$

3.2 Populasi dan Sampel penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010. Perusahaan manufaktur dipilih karena merupakan perusahaan yang memiliki dampak secara

langsung terhadap lingkungan fisik maupun sosial dibandingkan dengan perusahaan sektor keuangan dan jumlah populasi yang cukup besar. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan tujuan mendapatkan sampel yang *representative* sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah sebagai berikut

1. Perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan sahamnya aktif diperdagangkan selama tahun 2010.
2. Perusahaan tersebut menerbitkan *annual report* periode tahun 2010.
3. Perusahaan mengungkapkan informasi yang lengkap berkaitan dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa data kuantitatif yang diukur dalam skala numerik. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2010. Alasan dipilihnya periode waktu 2010 karena merupakan data terbaru yang dapat mencerminkan keadaan perusahaan saat ini. Data di peroleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id), pojok BEI Fakultas Ekonomi UNDIP, dan *website* perusahaan.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi dokumentasi, dengan mendapatkan data berupa laporan tahunan

yang dikeluarkan perusahaan manufaktur periode tahun 2010. Pengumpulan data dilakukan dengan melihat data-data yang diperlukan, mencatat, dan menganalisis *annual report* perusahaan manufaktur pada periode tahun 2010.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis, dan *skewness* (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2006).

3.5.2 Uji Asumsi klasik

Sebelum melakukan pengujian regresi berganda, dalam penelitian ini terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolonieritas, sebelum melakukan pengujian hipotesis. Berikut ini penjelasan uji asumsi klasik yang digunakan.

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2006). Model regresi yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Menurut Ghozali (2006) ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu analisis grafik dan uji statistik. Analisis grafik merupakan cara termudah untuk melihat normalitas residual yaitu dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif

dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Selain itu, pengujian analisis juga dapat dilakukan dengan uji statistik sederhana dengan melihat nilai kurtosis dan *skewness* dari residual. Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S)

3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2006). Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Menurut Ghozali (2006) salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (*dependen*) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Dasar analisis yang digunakan sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.2.3 Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF). Jika *tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10 maka terdapat multikolonieritas yang tidak dapat di toleransi dan variabel tersebut harus dikeluarkan dari model regresi agar hasil yang diperoleh tidak bias.

3.5.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu ukuran dewan komisaris, independensi dewan komisaris, independensi komite audit, konsentrasi kepemilikan, kepemilikan manajerial, kepemilikan asing, dan kepemilikan pemerintah terhadap variabel dependen pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Model regresi yang dikembangkan untuk menguji hipotesis-hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

$$\text{CSD} = \beta_0 + \beta_1\text{UDK} + \beta_2\text{IDK} + \beta_3\text{IKA} + \beta_4\text{KK} + \beta_5\text{KM} + \beta_6\text{KA} + \beta_7\text{KP} + \beta_8\text{ROA} + \beta_9\text{ROE} + \beta_{10}\text{TA} + \epsilon \quad (3.11)$$

Keterangan :

CSD = indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

β_0 = *intercept*

β = koefisien regresi model

$\beta_1\text{UDK}$ = ukuran dewan komisaris

$\beta_2\text{IDK}$ = dewan komisaris independen

$\beta_3\text{IKA}$ = komite audit independen

$\beta_4\text{KK}$ = konsentrasi kepemilikan

$\beta_5\text{KM}$ = kepemilikan manajemen

$\beta_6\text{KA}$ = kepemilikan asing

$\beta_7\text{KP}$ = kepemilikan pemerintah

$\beta_8\text{ROA}$ = *return on asset*

$\beta_9\text{ROE}$ = *return on equity*

$\beta_{10}\text{TA}$ = *total asset*

ϵ = *error term*

3.5.4 Uji Hipotesis

3.5.4.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-

variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2006).

3.5.4.2 Uji signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi 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 $> 0,05$ 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 $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.5.4.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik f)

Uji statistik f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap 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 $> 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.