

**PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL
PERUSAHAAN**

**(Studi Empiris pada Perusahaan *Manufacturing Secondary Sectors*
yang *Listing* di BEI tahun 2009)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

**ERIDA GABRIELLA HANDAYANI TAMBA
NIM. C2C007033**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2011**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Erida G. H Tamba

Nomor Induk Mahasiswa : C2C 007 033

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi / Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN SAHAM TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN *MANUFACTURING SECONDARY SECTORS* YANG *LISTING* DI BEI TAHUN 2009)**

Dosen Pembimbing : Anis Chariri, SE., M.Com., Akt, Ph. D

Semarang, 20 September 2011

Dosen Pembimbing,

(Anis Chariri, SE., M.Com., Akt, Ph. D.)
NIP. 196708091992031001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Erida G. H Tamba

Nomor Induk Mahasiswa : C2C007033

Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Akuntansi

**Judul Skripsi : PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN SAHAM
TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB
SOSIAL PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA
PERUSAHAAN *MANUFACTURING SECONDARY SECTORS*
YANG *LISTING* DI BEI TAHUN 2009)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 3 Oktober 2011

Tim Penguji:

1. Anis Chariri, SE., M.Com., Akt, Ph. D (.....)

2. Prof. Dr. H. Arifin Sabeni, MCom, (Hons), Akt (.....)

3. Wahyu Meiranto, SE, MSi, Akt (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Erida G. H Tamba, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN SAHAM TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN *MANUFACTURING SECONDARY SECTORS* YANG *LISTING* DI BEI TAHUN 2009)”** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

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

Semarang, 20 September 2011
Yang membuat pernyataan,

(Erida G. H Tamba)
NIM. C2C007033

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Setiap hari punya kesusahannya masing- masing. Dia tidak akan memberikan ujian yang melebihi kekuatan kita. Hakuna Matata.”

Harapan di dalam Kristus tidak akan pernah sia- sia. Berusahalah menjadi “Besar“ dalam Tuhan.

(Erida G. H Tamba)

Lakukanlah semuanya dengan santai tapi serius.

(B Tamba dan M Samosir)

Sesungguhnya, sangat besar kasih karunia yang menyertai sebuah pemberian kecil; dan sangat berharga semua hal yang berasal dari teman. (Theocritus)

SKRIPSI INI PENULIS PERSEMBAHKAN KEPADA:

Bapa di surga yang selalu menjadi sahabat terbaikku, sumber pengharapanku dan partner terhebat dalam menyelesaikan setiap babak kehidupan .

Kedua orangtuaku dan ketiga adik terbaikku yang sudah mengasihi aku dengan tulus.

Seseorang yang selalu jadi semangat yang paling dekat dan nyata denganku.

Teman – teman terbaikku yang selalu menemani dan mendukungku.

ABSTRACT

The aim of this research is to prove the relationship between the ownership structure on the disclosure of corporate social responsibility on manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange. The ownership structure which are examined are institutional ownership, managerial ownership, and foreign ownership, and firm size, leverage, and ROA(Return On Asset as control variable. The extent of CSR Disclosure based on the method that used by Saleh et.al (2010).

The population of this research is the companies listed in BEI (Bursa Efek Indonesia) in the year of 2009. Reasons for using 2009 data because this year there is increasing development of CSR disclosure. Based on purposive sampling method, sample size of this research is 45 companies while data source is the annual reports of companies in Indonesia. Data analysis is used contents analysis, process by classic assumption, and then hypothesis test is used multiple linear regression method in SPSS 16.0 software.

This research's results show that only foreign ownership which have a positive and significant effect to CSR disclosure. In other hand, institutional ownership and management ownership have no positive and no significant effect to CSR disclosure.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure, institutional ownership, managerial ownership, foreign ownership

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari struktur kepemilikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Struktur kepemilikan yang diuji terdiri dari kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan, *leverage*, dan ROA sebagai variabel kontrol. Luas pengungkapan CSR didasarkan pada metode yang digunakan oleh Saleh et. Al (2010).

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan *Manufacturing Secondary Sectors* yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) pada tahun 2009. Alasan menggunakan data 2009 karena pada tahun ini terjadi perkembangan yang meningkat terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan metode *purposive sampling* didapatkan sampel 45 perusahaan dengan sumber data berupa laporan tahunan perusahaan. Analisis data menggunakan *content analysis*, diolah dengan uji asumsi klasik, dan kemudian pengujian hipotesis menggunakan metode regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 16.0.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa kepemilikan asing yang hanya memiliki efek positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Di sisi lain, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajemen tidak memiliki efek positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Kata kunci: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Asing

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur tertinggi kepada Tuhan Allah yang selalu mencurahkan anugerah dan penyertaannya yang selalu menuntun penulis sehingga skripsi dengan judul **“PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN SAHAM TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFACTURING SECONDARY SECTORS YANG LISTING DI BEI TAHUN 2009)”** dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

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

1. Bapak Prof. Drs. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
2. Bapak Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, Msi., Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
3. Bapak Anis Chariri, SE., M.Com., Akt, Ph. D selaku Dosen Pembimbing atas waktu, perhatian, arahan, dan segala bimbingan kepada penulis selama penulisan skripsi ini. Terima kasih juga atas ilmu yang diberikan kepada saya.
4. Bapak Marsono, SE., M.Adv., Acc., Akt. selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis dari awal hingga akhir studi di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
5. Para dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

6. Staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis selama proses studi.
7. Bapa dan teman terbaik penulis yang tak pernah meninggalkan, yang selalu ada di setiap keadaan apapun, Tuhan Yesus. Allah Bapa terbaik penulis. Teman yang tidak pernah membiarkan penulis melakukan semuanya sendiri.
8. Keluarga kecil penulis, bapak, mamak, adik terbaikku (Branco), adik gantengku (Yenko), dan menteri penerangan keluarga Pak Tamba adikku yang centil (Pesta) yang selalu memberi semangat dan doa untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seorang adik kecil, sahabat wanita terdekat penulis (Vani Sitohang) yang selalu mendoakan dan memotivasi penulis. Terima kasih atas rasa peduli dan perhatian yang kamu berikan. Semoga yang terbaik selalu bersamamu anggi.
10. Sobat- sobatku yang selalu setia memantau dari jauh (Titin Via Titin, Yorisa Cena, Mayong) yang sudah menghabiskan pulsa menayakan saya, yang dekat Cemara Community (Mawar, Anita, Nyoke, Murni) akka pecinta JOJO market, wanita 'brisik bantet' SobWeku Stella Hutauruk buat semua kebersamaan kita, adek- adek di Padus NHKBP Mamen 'Architek', Dian Blekekek, Boni Bonbonita, personil ' kontraksi' (koneng, naldong, UdLon) untuk segala gotong royong, kepedulian dan kebersamaan yang telah kita rangkai.
11. Kembaranku si Twino Montimon si Coklat. Terimakasih untuk semua doanya yah twin. God bless you.
12. *The Old*, Kakak pertama (martaha centil, si kakak komcil yang selalu diragukan parkomcilannya denganku oleh orang-orang), Kakak Kedua (bertut siahaan belekekek),

Kakak Ketiga (ettokitingkung) untuk semua perhatian, dukungan, dan doanya.
Salam Potekerz...

13. My Secret 2Nd Family di Semarang, NHKBP Kertanegara. Terimakasih untuk semua pembelajaran hidup yang penulis dapatkan. Terimakasih buat anggota Paduan Suara yang sudah setia sampai akhir. Terimakasih buat *ex*-pengurus dan Pengurus NHKBP untuk semua perhatian dan dukungannya buat saya. Terimakasih juga untuk *The 2010 Ladys Geng* yang selalu membawa keceriaan setiap saat (Rima ‘ ERim’, Debo ‘ Gembong’, Santi ‘ S’). *Will miss you.*
14. Teman – teman seperjalanan dan seperjuangan S1 akuntansi 2007 yang sudah banyak mendukung dan berbagi dengan penulis. Masa kuliah menjadi kenangan yang susah dilupakan dengan kehadiran kalian.
15. PMK FE Undip dan teman – teman PMK angkatan 2007 (Fery, Lidya, Sury, Binsar, Ane, Arif, Tony, Holong, Martina, Deni, Eunike, Ive, Dewan, Ace, Prima, Vera, Yuris, Devi, dll) yang saling berjuang dalam segala hal.
16. Teman – teman KKN Rowo yang saya rindukan (Ratih, Ridzki, Nurul, Yoseph, Ira, Yuni, david, nurman dan, sigit). Sungguh momen yang tak akan penulis lupakan saat kita berbagi dan berjuang bersama. Terima kasih untuk segala pengalaman yang kita jalani.
17. Pihak – pihak lain yang juga sudah sangat membantu namun tak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semarang, 20 September 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KELULUSAN.....	iii
<u>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</u>	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<u>ABSTRACT</u>	vi
ABSTRAK.....	vii
<u>KATA PENGANTAR</u>	viii
<u>DAFTAR TABEL</u>	ix
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	x
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u>	xi
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Teori <i>Stakeholder</i>	15

2.1.2 Teori <i>Legitimacy</i>	17
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Pengungkapan <i>CSR</i>	19
2.1.3.1 Pengertian <i>CSR</i>	19
2.1.3.2 Prinsip- Prinsip <i>CSR</i>	23
2.1.3.3 Ruang Lingkup Tanggung Jawab Sosial.....	24
2.1.3.4. Manfaat <i>CSR</i>	25
2.1.3.5 Penerapan dan Bias- Bias <i>CSR</i>	27
2.1.3.6 Pengungkapan <i>CSR</i>	29
2.1.4 Struktur Kepemilikan.....	34
2.1.4.1 Kepemilikan Institusional.....	35
2.1.4.2 Kepemilikan Manajerial.....	36
2.1.4.3 Kepemilikan Asing.....	37
2.1.4.4 Variabel Kontrol.....	39
2.1.4.4.1 <i>Size</i>	39
2.1.4.4.2 <i>Leverage</i>	41
2.1.4.4.3 Profitabilitas.....	42
2.2 Penelitian Terdahulu.....	43
2.3 Kerangka Pemikiran.....	48
2.3.1 Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan <i>CSR</i>	49
2.3.2 Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan <i>CSR</i>	50

2.3.3 Pengaruh Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan CSR.....	51
--------------------------------------------------------------------	----

BAB III

METODE PENELITIAN.....	54
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	54
3.1.1 Variabel Penelitian.....	54
3.1.2 Defenisi Operasional.....	55
3.1.2.1 Variabel Terikat (Dependen)	55
3.1.2.2 Variabel Bebas (Independen).....	58
3.1.2.3 Variabel Kontrol.....	60
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	65
3.2.1 Populasi.....	65
3.2.2 Sampel.....	66
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	67
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	67
3.5 Metode Analisis Data.....	67
3.5.1 Uji Statistik Deskriptif.....	68
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	68
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	68
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas.....	69
3.5.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	69

3.5.2.4 Uji Autokorelasi.....	70
3.5.3 Uji Hipotesis.....	71
3.5.3.1 Analisis Regresi Berganda.....	71
3.5.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	73
3.5.3.3 Uji Pengaruh Simultan (F test).....	74
3.5.3.4 Uji Parsial (t test).....	75

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	76
4.2 Analisis Data	78
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	78
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	82
4.2.2.1 Uji Normalitas.....	83
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas.....	86
4.2.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	88
4.2.3 Pengujian <i>Goodnes of Fit</i> Model Regresi.....	90
4.2.3.1 Koefisien Determinasi (R ²).....	90
4.2.3.2 Uji Pengaruh Simultan (F test).....	91
4.2.3.3 Uji Parsial (t test).....	92
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis.....	94
4.3 Pembahasan.....	95
4.3.1 Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur di Indonesia.....	95

4.3.2 Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan CSR.....	97
4.3.3 Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan CSR.....	99
4.3.4 Pengaruh Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan CSR.....	100
4.3.5 Ringkasan Hipotesis.....	101

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	104
5.3 Saran.....	105

DAFTAR PUSTAKA.....	106
---------------------	-----

LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	110
--------------------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	47
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	64
Tabel 4.1 Objek Penelitian Perusahaan Manufaktur.....	77
Tabel 4.2 Daftar Sampel Penelitian.....	78
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif.....	80
Tabel 4.4 Hasil Uji Kolgomorov – Smirnov	86
Tabel 4.5 Korelasi Koefisien.....	88
Tabel 4.6 <i>Collinearity Statistics</i>	89
Tabel 4.7 Koefisien Determinasi Uji <i>Goodness of Fit</i>	92
Tabel 4.8 Uji Statistik F.....	93
Tabel 4.9 Uji Statistik t.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	54
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	85
Gambar 4.2 <i>Normal Probability Plot</i> Uji Normalitas	85
Gambar 4.3 Grafik Plot Uji Heterokedastisitas.....	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kategori Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	111
Lampiran B Output Statistik Deskriptif SPSS 16.0.....	113
Lampiran C Hasil Pengujian Regresi dengan SPSS 16.0.....	114

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Maraknya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) belakangan ini, patut untuk dirayakan. Betapa tidak, korporasi yang dulu hanya peduli pada keuntungan (*profit*), kini juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat (*people*) disamping keseimbangan lingkungan (*planet*). Melalui CSR, korporasi kini lebih manusiawi. Jika kegiatan sosial dilakukan oleh lembaga sosial, tentu telah menjadi hal yang wajar. Namun, perusahaan yang lazimnya hanya bertugas mengumpulkan keuntungan, kini justru akrab dengan kegiatan- kegiatan sosial yang mulia.

Dalam kenyataannya CSR dilakukan dalam berbagai program sosial dalam rangka pembangunan kesejahteraan sosial bagi masyarakat tertentu. Perusahaan- perusahaan yang ada di Indonesia kini telah marak mengimplementasikan CSR. Majalah *Globe Asia* (2007) menyingkap tentang bagaimana 50 orang konglomerat Indonesia melakukan berbagai aksi kedermawananannya melalui program CSR dari perusahaan- perusahaan yang dipimpinnya. Aksi kedermawanan tersebut tidak hanya terbatas pada model *charity/berderma* tapi juga berparadigma pemberdayaan dengan menggunakan model *community development* (pengembangan masyarakat).

Praktik pengungkapan sukarela berupa pengungkapan sosial dan lingkungan (PSL) makin meningkat selama beberapa tahun terakhir. Berbagai hasil studi telah dilakukan di berbagai negara dan dimuat di berbagai jurnal internasional. Studi tersebut tidak saja dilakukan dengan menggunakan pendekatan *positive* tetapi juga *interpretive* dan *critical theory* (Deegan 2002).

Lebih dari itu, isu berkaitan dengan PSL telah ditulis dalam beberapa buku teori akuntansi di bab tersendiri misalnya Mathew dan Perera (1996) dan Deegan (2000).

Kecenderungan globalisasi saat ini dan kebutuhan yang meningkat dari *stakeholder* terhadap perusahaan untuk mengadopsi praktek tanggung jawab sosial (CSR) mendorong keterlibatan perusahaan dalam praktik CSR. CSR telah muncul sebagai subjek penting bagi perusahaan. CSR adalah pernyataan umum yang menunjukkan kewajiban perusahaan untuk memanfaatkan sumber daya ekonomi dalam kegiatan usaha untuk menyediakan dan memberikan kontribusi kepada para pemangku kepentingan internal dan eksternal. (Kok et al,2001). Tujuan dilakukannya pengungkapan ini adalah sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada *stakeholder* atas segala aktivitas CSR yang telah dilaksanakan oleh perusahaan.

Pentingnya CSR perlu dilandasi oleh kesadaran perusahaan terhadap fakta tentang adanya jurang yang semakin lebar antara kemakmuran dan kemelaratan, baik pada tataran global maupun nasional. Oleh karena itu, diwajibkan atau tidak, CSR harus merupakan komitmen dan kepedulian *genuine* bagi para pelaku bisnis. *Good* CSR memadukan kepentingan *shareholders* dan *stakeholders*. Karenanya, CSR tidak terlalu fokus pada hasil yang ingin dicapai. Melainkan pula pada proses untuk mencapai hasil tersebut (Suharto, 2008). Menghadapi kenyataan yang seperti ini, tuntutan kepada perusahaan untuk melakukan dan mengungkapkan CSR tidak terelakkan. Tanggung jawab pengelolaan perusahaan tidak hanya terbatas kepada pemegang saham tetapi kepada *stakeholder*. Hal ini menjadi penting dan perlu diungkapkan kepada pihak *stakeholder*.

Setidak-tidaknya dua Undang-Undang di Indonesia mengamanatkan agar perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosial. Pertama, Pasal 15b Undang-Undang No. 25 Tahun 2007

tentang Penanaman Modal menyatakan, bahwa setiap investor berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Penjelasan pasal ini menyatakan bahwa yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat. Setelah itu tanggung jawab sosial perusahaan dicantumkan lagi dalam Undang- Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat (1) Undang- Undang ini menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ayat (2) pasal ini menyatakan kewajiban tersebut diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Selanjutnya ayat (3) menyebutkan perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang terkait. Kemudian ayat (4) menyatakan ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pemberlakuan Undang-undang tersebut mendorong perusahaan untuk bertanggungjawab terhadap lingkungan dan sosialnya. Adanya standar yang dilakukan terhadap praktek pelaporan CSR (*Corporate Social Reporting*) akan menjadikan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai *mandatory disclosure*, sehingga pelaporan CSR akan lebih lengkap dan akurat. Namun Undang-undang tersebut masih memiliki kelemahan, yaitu sektor apa saja yang diwajibkan untuk melaksanakan CSR, sanksi yang dikenakan apabila melanggar, berapa besar anggaran minimum, serta pelaporan CSR.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan istilah CSR telah diimplementasikan oleh banyak perusahaan di Indonesia bahkan sebelum Undang- Undang No.

40 disahkan oleh DPR. Survey PIRAC (*Public Interest Research and Advocacy Center*) pada akhir 2001 menyebutkan bahwa kedermawanan perusahaan di Indonesia memberikan gambaran yang menggembirakan. Menurut penelitian ini, teralokasikan lebih dari Rp. 115 miliar dari 180 perusahaan bagi 297 kegiatan sosial yang terekam oleh media massa (Joko dan Miftachul Huda, 2011: 4). Sekalipun masih banyak penyaluran yang dilakukan secara konvensional (sebatas sedekah/*charity*) dan belum banyak dengan model pemberdayaan, hasil survey pendahuluan ini menunjukkan bahwa motivasi praktik CSR ternyata tidak semata-mata karena lahirnya Undang-Undang No. 40 tahun 2007.

Kesadaran perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya telah meningkat dari masanya yang dulu ke tahap yang semakin maksimal pada saat ini sebagai sarana untuk menunjukkan eksistensinya. Perkembangan signifikan tanggung jawab sosial perusahaan-perusahaan di Indonesia ditandai dengan adanya Undang- Undang Tentang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 (UU PT) yang mengharuskan perseroan untuk melaksanakan CSR.

Tujuan dikeluarkannya Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, selain meregulasi perusahaan mengenai CSR, yaitu untuk memenuhi tuntutan masyarakat akan layanan yang cepat, kepastian hukum, serta tuntutan akan pengembangan dunia usaha sesuai dengan prinsip pengelolaan perusahaan yang baik atau biasan disebut *Good Corporate Governance* (GCG) atau Tata Kelola Perusahaan yang Baik. Djalil (2000) menyatakan bahwa investor bersedia membayar premium pada perusahaan- perusahaan yang telah menerapkan *good corporate governance* dibandingkan perusahaan dengan kinerja setara tetapi praktik *corporate governance* yang buruk. Pelaksanaan mekanisme corporate governance dalam perusahaan akan meyakinkan investor bahwa mereka akan menerima *return* yang cukup atas investasi mereka

(Shleifer dan Vishny, 1997). Hal ini akan berhubungan secara langsung dengan struktur kepemilikan yang ada di perusahaan.

Struktur kepemilikan perusahaan timbul akibat adanya perbandingan jumlah pemilik saham dalam perusahaan. Sebuah perusahaan dapat dimiliki oleh seseorang secara individu, masyarakat luas, pemerintah, pihak asing, maupun orang dalam perusahaan tersebut (manajerial). Perbedaan dalam proporsi saham yang dimiliki oleh investor dapat mempengaruhi tingkat kelengkapan pengungkapan oleh perusahaan. Semakin banyak pihak yang butuh informasi tentang perusahaan, maka semakin detail pula pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan.

Menurut Jensen dan Meckling (1976), kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional adalah dua mekanisme *corporate governance* utama yang membantu masalah keagenan. Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham oleh manajemen perusahaan yang diukur dengan persentase jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen (Sujono dan Soebiantoro, 2007), sedangkan kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham oleh pemerintah, institusi keuangan, institusi berbadan hukum, institusi luar negeri, dan perwalian serta institusi lainnya pada akhir tahun (Shien, et, al. 2006).

Dalam kaitannya dengan kepemilikan manajerial, pengungkapan perusahaan biasanya dilakukan seperlunya mengingat kepemilikan dimiliki oleh pihak *insider* yang dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai perusahaan tanpa adanya pengungkapan dalam laporan tahunan.

Kepemilikan institusional, umumnya dapat bertindak sebagai pihak yang memonitor perusahaan. Menurut Faizal (2004), perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen. Semakin besar kepemilikan

institusional maka semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan yang diharapkan juga dapat bertindak sebagai pencegahan terhadap pemborosan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan tersebut.

Kepemilikan institusional adalah proporsi kepemilikan saham pada akhir tahun yang dimiliki oleh lembaga, seperti asuransi, bank atau institusi lain. (Tarjo,2008). Kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam proses *monitoring* manajemen. Adanya kepemilikan oleh institusional akan mendorong pengawasan yang lebih optimal.

Semakin tinggi kepemilikan institusional maka akan mengurangi perilaku *opportunistic* manajer yang dapat mengurangi *agency cost* yang diharapkan akan meningkatkan nilai perusahaan (Wahyudi dan Pawestri,2006). Menurut Shleifer dan Vishny (dalam Tendi Haruman,2008), jumlah pemegang saham yang besar (*large shareholders*) mempunyai arti penting dalam memonitor perilaku manajer dalam perusahaan. Dengan adanya konsentrasi kepemilikan, maka para pemegang saham besar seperti kepemilikan institusi akan dapat memonitor tim manajemen secara lebih efektif dan nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Tingginya kepemilikan oleh institusi akan meningkatkan pengawasan terhadap perusahaan. Pengawasan yang tinggi ini akan meminimalisasi tingkat penyelewengan-penyelewengan yang dilakukan oleh pihak manajemen yang akan menurunkan nilai perusahaan. Selain itu, pemilik institusional akan berusaha melakukan usaha-usaha positif guna meningkatkan nilai perusahaan miliknya. Hal ini konsisten dengan Lins (2002) yang menyatakan bahwa konsentrasi kepemilikan pada pihak luar perusahaan berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Kebanyakan investor pribadi tidak mempunyai saham yang cukup untuk mempengaruhi manajemen perusahaan. Walaupun demikian, dewasa ini semakin banyak saham perusahaan

yang dibeli oleh investor institusional. Karena mereka mengontrol berbagai sumber daya, maka investor itu, khususnya dana yayasan (*mutual fund*) dan dana pension (*pension fund*) dapat membeli saham dalam jumlah besar. Contohnya sistem pensiun guru-guru nasional (TIAA-CREF) memiliki asset lebih dari \$225 milyar dan telah menginvestasikan sebagian besar asetnya dalam berbagai saham. Investor institusional sekarang ini memiliki 40 % dari total saham yang ada di Amerika Serikat. Ririn (2011) menyatakan bahwa secara teoritis semakin tinggi kepemilikan institusional dan kepemilikan asing menjadikan pengawasan yang lebih ketat terhadap manajemen perusahaan untuk melakukan dan mengungkapkan kegiatan sosial perusahaan.

Perusahaan yang mempunyai struktur kepemilikan yang terdispersi, pada umumnya akan memperbaiki kebijakan pelaporan keuangan perusahaan dengan menggunakan pengungkapan CSR untuk mengurangi asimetri informasi. Sedangkan perusahaan dengan struktur kepemilikan yang terpusat pada umumnya lebih kurang termotivasi untuk mengungkapkan informasi tambahan pada kegiatan CSR perusahaan. Hal ini dikarenakan para *shareholder* pada perusahaan tersebut dapat memperoleh informasi secara langsung dari perusahaan (Reverte,2008). Penelitian yang dilakukan Brammer and Pavelin (2008); Prencipe (2004); dalam Reverte (2008) menunjukkan hubungan yang positif antara struktur kepemilikan dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian tersebut memberikan informasi bahwa struktur kepemilikan merupakan salah satu faktor yang dapat dipertimbangkan dalam pengungkapan CSR untuk dapat meningkatkan reputasi dan legitimasi perusahaan di masyarakat.

Penelitian yang telah ada sebelumnya dilakukan untuk menguji kembali hubungan struktur kepemilikan dengan pengungkapan CSR. Adanya hasil yang tidak konsisten dari penelitian-penelitian sebelumnya menyebabkan isu ini menjadi topik yang penting untuk diteliti. Penelitian

ini menggunakan kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional. Semakin besar kepemilikan manajerial maupun kepemilikan institusional maka semakin besar pula tekanan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Pengungkapan CSR merupakan salah satu media yang digunakan untuk menunjukkan kepedulian perusahaan pada masyarakat sekitarnya.

Rosmasita (2007) melakukan penelitian mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* suatu perusahaan dalam hal ini pada *annual report* perusahaan manufaktur. Faktor- faktor tersebut diproksikan dalam kepemilikan manajemen, *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Sampel yang digunakan adalah 113 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2004-2005. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain: (1) pengujian secara simultan menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara faktor- faktor perusahaan terhadap pengungkapan CSR perusahaan, (2) variabel kepemilikan manajemen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan sosial.

Hubungan antara tingkat pengungkapan informasi dan faktor- faktor yang mempengaruhi laporan perusahaan publik juga terjadi ketidakkonsistenan hasil. Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dilakukan secara *random* terhadap 78 perusahaan. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa variabel *size*, *profile*, dan ukuran dewan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sedangkan *profitability* dan *leverage* mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Mustaruddin dan Norhayah (2009) mengungkapkan ada hubungan yang signifikan antara kepemilikan institusional dengan pengungkapan CSR di

Malaysia. Hal ini tampak pada hasil pengujian hipotesis bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara dimensi CSRD dan IO. Dimensi tersebut yakni dimensi hubungan karyawan, dimensi keterlibatan masyarakat, dimensi produk, dan dimensi lingkungan.

Penelitian ini mencoba menguji kembali variabel kepemilikan institusional terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan dalam *annual report* setelah dikeluarkannya UU No.40 pasal 74 tahun 2007 dengan menambahkan dua variabel baru yaitu kepemilikan manajerial dan kepemilikan asing.

Penelitian ini melanjutkan penelitian Mustaruddin dan Norhayah (2009) dengan mengadopsi beberapa faktor dan menambahkan faktor baru. Faktor yang diadopsi adalah faktor kepemilikan institusional, kepemilikan saham oleh publik (*public shareholders*), sedangkan faktor baru yang dicoba dimasukkan dalam penelitian ini adalah kepemilikan saham manajerial dan kepemilikan saham asing. Adapun judul dalam penelitian ini adalah “ **Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan *Manufacturing Secondary Sector* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009)**“.

1.2 Rumusan Masalah

Ada satu dan hanya satu tanggung jawab dunia bisnis yaitu menggunakan sumber daya yang dimilikinya semaksimal mungkin untuk meningkatkan keuntungan. *There's one and only the one social responsibility on business- to use it resources and engage in activities designed to increases its profits* (Friedman dalam Joko hal. 26).

Tuntutan yang datang dan diberikan oleh pihak *stakeholder* mengenai tanggung jawab sosial perusahaan berdampak pada pengungkapan yang diberikan oleh perusahaan atas informasi

sosial di dalam laporan keuangannya. Hal ini merujuk pada munculnya konflik keagenan akibat adanya perbedaan kepentingan antara pihak agen dengan pihak *principal*. Oleh sebab itu diperlukan cara untuk menguranginya yakni dengan kepemilikan saham. Banyak studi menunjukkan bahwa kepemilikan saham adalah salah satu alat pengendalian manajemen. Dari hasil penelitian sebelumnya dinyatakan bahwa pemegang saham memiliki hak mengendalikan manajemen dan ikut mengendalikan laba (*profit participation*). Sebesar apa hak manajemen ditentukan oleh besar kecilnya proporsi kepemilikan di perusahaan itu. Secara umum kepemilikan saham oleh manajemen dan insider akan mempengaruhi: pengendalian *agency problem* dan pengawasan perusahaan, struktur modal perusahaan, kinerja perusahaan, tingkat kesejahteraan pemegang saham, perilaku manajemen, kebijakan dividen, dan aktivitas akuisisi. Banyak penelitian membuktikan bahwa peranan *outer investment* semakin meningkat dalam mengendalikan dan menentukan kebijakan perusahaan. Penelitian- penelitian tersebut membuktikan bahwa semakin besar proporsi kepemilikan saham institusional, semakin efektif pengawasannya, maka semakin besar juga kewajiban perusahaan membuat pengungkapan atas tanggung jawab sosial dalam laporan tahunannya.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini dikembangkan dengan menguji kembali pengaruh kepemilikan institusional, kepemilikan manajemen, dan variabel baru yakni kepemilikan asing terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan memberikan informasi bahwa struktur kepemilikan merupakan salah satu faktor yang dapat dipertimbangkan dalam pengungkapan CSR untuk dapat meningkatkan reputasi dan legitimasi perusahaan di mata masyarakat. Untuk itu, dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kepemilikan institusional terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Apakah ada pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Apakah ada pengaruh kepemilikan asing terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan uraian yang telah dijelaskan di atas, tujuan penelitian ini secara umum adalah memberikan informasi bahwa struktur kepemilikan merupakan salah satu faktor yang dapat dipertimbangkan dalam pengungkapan CSR untuk dapat meningkatkan reputasi dan legitimasi perusahaan di mata masyarakat. Tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk membuktikan bahwa ada hubungan antara struktur kepemilikan saham terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi akademisi, memberikan informasi bahwa struktur kepemilikan merupakan salah satu faktor yang dapat dipertimbangkan dalam melihat pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan dikarenakan kebutuhan akan legitimasi perusahaan di dalam masyarakat.
2. Bagi perusahaan, menjadikan perusahaan lebih *aware* terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial di masa mendatang, seperti halnya pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan oleh negara-negara barat sebagai salah satu informasi yang penting.

3. Bagi *shareholder* maupun seluruh *stakeholder*, bahwa struktur kepemilikan perusahaan merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan karena kebutuhan akan legitimasi perusahaan di dalam masyarakat dan untuk melihat keuntungan jangka panjang yang akan didapat oleh perusahaan yakni *image* dan reputasi perusahaan melalui nilai saham perusahaan.

4. Bagi pemerintah, untuk mengetahui sampai sejauh mana pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang telah dilakukan perusahaan. Sehingga pemerintah dapat mempertimbangkan suatu standar pelaporan CSR yang sesuai dengan kondisi Indonesia.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

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

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

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

BAB III: METODE PENELITIAN

Terdiri dari variabel penelitian dan definisi operasional penelitian, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan hasil output SPSS.

BAB V: PENUTUP

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

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Dalam bagian ini akan dipaparkan teori-teori yang melandasi penelitian ini, mulai dari teori *stakeholder*, teori *legitimacy*, penjelasan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan, pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan, dan defenisi variabel penelitian, yaitu kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, *size*, tipe industri, *leverage* dan profitabilitas.

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Stakeholder theory mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditur, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

Meskipun cabang etika dari teori *stakeholders* mengatakan bahwa semua *stakeholders* memiliki hak yang sama untuk mendapatkan informasi, namun pada prakteknya perusahaan tetap melakukan identifikasi atas *stakeholders* untuk menentukan *stakeholders* yang mana yang lebih patut untuk dilayani dan semua ini tentunya tidak lepas dari kerangka yang dinyatakan Friedman (1970) yaitu *stakeholders* yang memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan/ memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber- sumber ekonomi yang digunakan oleh perusahaan. Oleh karena itu, “ ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan,

maka perusahaan akan bereaksi dengan cara- cara yang memuaskan keinginan *stakeholder*” (Anis, 2007).

Atas dasar teori diatas, *stakeholder theory* umumnya berkaitan dengan cara- cara yang digunakan perusahaan untuk *manage stakeholdernya*. Cara- cara tersebut tergantung pada strategi yang diadopsi oleh perusahaan.

Teori *Stakeholder* Freeman (1984) dalam Roberts (1992) mendefinisikan *stakeholder* seperti sebuah kelompok atau individual yang dapat memberi dampak atau terkena dampak oleh hasil tujuan perusahaan. Yang termasuk dalam *stakeholder* yaitu *stockholders, creditors, employees, customers, suppliers, public interest groups, dan governmental bodies* (Roberts, 1992). Dalam artikelnya Roberts, perkembangan konsep *stakeholder* dibagi menjadi tiga yaitu model perencanaan perusahaan, kebijakan bisnis dan *corporate social responsibility*.

Model perencanaan perusahaan dan kebijakan bisnis fokus pada perkembangan dan penentuan nilai strategi perusahaan yang dibuat oleh kelompok yang mendukung serta menghendaki perusahaan terus berlangsung. Model CSR dari analisis *stakeholder* melanjutkan model perencanaan perusahaan yang meliputi pengaruh eksternal dalam perusahaan yang diasumsikan sebagai posisi lawan. Kelompok lawan dicirikan seperti peraturan atau kelompok khusus yang fokus pada isu-isu sosial. Model CSR mengikuti perubahan permintaan sosial dari kelompok non- tradisional. Ulman (1985) menyimpulkan bahwa teori *stakeholder* menyediakan aturan yang tidak sah dalam pembuatan keputusan stategi perusahaan yang dipelajari dari aktivitas CSR. Hasil dari penelitian Roberts yang penelitiannya menggunakan teori *stakeholder* yaitu *stakeholder power, strategic posture, dan kinerja ekonomi berhubungan dengan corporate social disclosure*. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkah laku *investor* sebagai salah satu pengguna laporan keuangan dapat mempengaruhi *corporate social disclosure*. Juga sebaliknya dimana

investor dalam melakukan investasi dapat menggunakan *corporate social disclosure* sebagai pertimbangan selain menggunakan laba.

2.1.2 Teori *Legitimacy*

Salah satu faktor yang dimasukkan oleh banyak peneliti sebagai motif dibalik pengungkapan informasi sosial dan lingkungan adalah keinginan untuk melegitimasi operasi organisasi (Deegan, 2002). Kedudukan perusahaan sebagai bagian dari masyarakat ditunjukkan dengan operasi perusahaan yang seringkali mempengaruhi masyarakat sekitarnya. Eksistensinya dapat diterima sebagai anggota masyarakat, sebaliknya eksistensinya pun dapat terancam bila perusahaan tidak dapat menyesuaikan diri dengan norma yang berlaku dalam masyarakat tersebut atau bahkan merugikan anggota komunitas tersebut (Ririn, 2009). Oleh karena itu, perusahaan melalui *top* manajemennya mencoba memperoleh kesesuaian antara tindakan organisasi dan nilai-nilai dalam masyarakat umum dan publik yang relevan atau *stakeholder*-nya (Dowling dan Pfeffer, 1975 dalam Guthrie dan Ward, 2006).

Teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplikasikan 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 (1996:46) 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.

Ghozali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi, karena teori legitimasi adalah hal yang paling penting bagi organisasi. Batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial serta reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Teori legitimasi dilandasi oleh kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat.

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 (Lindblom, 1994 dalam Gray et. al., 1995). Dengan melakukan pengungkapan sosial, perusahaan merasa keberadaan dan aktivitasnya terlegitimasi.

Gray et. al (1995) menyatakan bahwa perusahaan yang melaporkan kinerjanya berpengaruh terhadap nilai sosial dimana perusahaan tersebut beroperasi. Hal ini disebabkan karena legitimasi dipengaruhi oleh kultur, interpretasi masyarakat yang berbeda, sistem politik dan ideologi pemerintah.

Praktik-praktik tanggung jawab sosial dan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dapat dipandang sebagai suatu usaha untuk memenuhi harapan-harapan masyarakat

terhadap perusahaan. Perusahaan yang selalu berusaha untuk menyelaraskan diri dengan norma-norma yang ada di dalam masyarakat dan mengantisipasi terjadinya *legitimacy gap* maka perusahaan tersebut dapat terus dianggap sah dalam masyarakat dan dapat terus bertahan hidup.

2.1.3 Corporate Social Responsibility dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility

2.1.3.1 Pengertian CSR

Menurut Untung (2008, hal.1) memberikan pengertian mengenai *corporate social responsibility* sebagai berikut:

Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.

Adapun arti CSR menurut ISO 26000 (dalam Joko Prastowo, hal. 100) adalah:

“ Responsibility of an organization for the impacts of its decisions activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development, including health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholder; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationship”.

Berkontribusi dalam perkembangan ekonomi, mempekerjakan dengan pegawai, keluarga, komunitas lokal, dan masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup merupakan salah satu komitmen bisnis (KPMG, 2005). Tanggung jawab sebuah perusahaan tersebut meliputi beberapa aspek yang semuanya itu tidak dapat dipisahkan. Dari pengertian tentang tanggung jawab perusahaan diatas muncullah tanggung jawab sosial yang harus dijalankan oleh perusahaan. Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* yang selanjutnya disingkat menjadi CSR adalah kontribusi sebuah perusahaan yang terpusat pada aktivitas bisnis, investasi sosial dan program *philantrophy*, dan kewajiban dalam kebijakan publik (Wineberg 2004:72).

Tujuan dari adanya CSR yaitu sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan karena dampak-dampak lingkungan yang ditimbulkannya. Kondisi dunia yang tidak menentu seperti terjadinya *global warming*, kemiskinan yang semakin meningkat serta memburuknya kesehatan masyarakat memicu perusahaan untuk melakukan tanggung jawabnya.

CSR bagian yang penting dalam strategi perusahaan dalam berbagai sektor dimana terjadi ketidakkonsistenan antara keuntungan perusahaan dan tujuan sosial, atau perselisihan yang dapat terjadi karena isu-isu tentang kewajaran yang berlebihan (Heal, 2004).

Jadi CSR merupakan suatu bentuk kepedulian sosial sebuah perusahaan untuk melayani kepentingan organisasi maupun kepentingan publik eksternal. CSR juga dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasi dalam dimensi sosial, ekonomi serta lingkungan.

Dengan atau tanpa aturan hukum, sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR adalah pengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya. Salah satu prinsip moral yang sering digunakan adalah *golden-rules*, yang mengajarkan agar seseorang atau suatu pihak memperlakukan orang lain sama seperti apa yang mereka ingin diperlakukan (Suranta, 2008). Dengan begitu, perusahaan yang bekerja dengan mengedepankan prinsip moral dan etis akan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat.

Menurut *Global Reporting Initiative* (GRI), dalam konten analisis terkandung tema tentang pengungkapan pertanggungjawaban sosial, yang terdiri dari :

1. Ekonomi

Tema ini berisi sembilan item yang mencakup laba perusahaan yang dibagikan untuk bonus pemegang saham, kompensasi karyawan, pemerintah, membiayai kegiatan akibat perubahan iklim serta aktivitas terkait ekonomi lainnya.

2. Lingkungan Hidup

Tema ini berisi tiga puluh item yang meliputi aspek lingkungan dari proses produksi, yang meliputi pengendalian polusi dalam menjalankan operasi bisnis, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat pemrosesan sumber daya alam dan konversi sumber daya alam.

3. Ketenagakerjaan

Tema ini berisi empat belas item yang meliputi dampak aktivitas perusahaan pada orang-orang dalam perusahaan tersebut. Aktivitas tersebut meliputi : rekrutmen, program pelatihan, gaji dan tuntutan, mutasi dan promosi dan lainnya.

4. Hak Asasi Manusia

Tema ini berisi sembilan item yang mencakup berapa besar jumlah investasi yang melibatkan perjanjian terkait hak asasi manusia, pemasok dan kontraktor yang menjunjung hak asasi, kejadian yang melibatkan kecelakaan atau kriminal terhadap karyawan di bawah umur, dan aktivitas lainnya.

5. Masyarakat

Tema ini berisi delapan item yang mencakup aktivitas masyarakat yang diikuti oleh perusahaan, misalnya aktivitas yang terkait dengan kesehatan, pendidikan dan seni serta pengungkapan aktivitas masyarakat lainnya.

6. Tanggung jawab atas Produk

Tema ini berisi sembilan item yang melibatkan aspek kualitatif suatu produk atau jasa, antara lain kegunaan durability, pelayanan, kepuasan pelanggan, kejujuran dalam iklan, kejelasan/kelengkapan isi pada kemasan, dan lainnya.

2.1.3.2 Prinsip- prinsip CSR

Prinsip-prinsip dasar tanggung jawab sosial yang menjadi dasar bagi pelaksanaan yang menjiwai atau menjadi informasi dalam pembuatan keputusan dan kegiatan tanggung jawab sosial menurut ISO 26000 meliputi:

- Kepatuhan kepada hukum
- Menghormati instrumen/badan-badan internasional
- Menghormati *stakeholders* dan kepentingannya
- Akuntabilitas
- Transparansi
- Perilaku yang beretika
- Melakukan tindakan pencegahan
- Menghormati dasar-dasar hak asasi manusia

Adanya ketidakseragaman dalam penerapan CSR diberbagai negara menimbulkan adanya kecenderungan yang berbeda dalam proses pelaksanaan CSR itu sendiri di masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan suatu pedoman umum dalam penerapan CSR di mancanegara. Dengan disusunnya ISO 26000 sebagai panduan (*guideline*) atau dijadikan rujukan utama dalam pembuatan pedoman SR yang berlaku umum, sekaligus menjawab tantangan kebutuhan masyarakat global termasuk Indonesia.

2.1.3.3 Ruang Lingkup Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan mencakup kepatuhan perusahaan kepada perlindungan buruh, perlindungan lingkungan hidup, perlindungan konsumen, dan perlindungan hak azasi manusia secara keseluruhan (Suharto, 2008).

Menurut Untung (2009) ada tiga konsep tanggung jawab sosial yang paling berkembang dalam ruang lingkup pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, tanggung jawab sosial perusahaan antara lain selalu dikaitkan dengan kepentingan pemegang saham versus pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam kaitannya dengan perlindungan tenaga kerja. Kedua, *codes* seringkali tidak berisi substansi yang nyata dan gagal menempatkan unsur-unsur yang vital untuk implementasi dan penegakkannya. Ketiga, tanggung jawab sosial perusahaan selalu dikaitkan dengan perlindungan lingkungan hidup. Tanggung jawab sosial perusahaan diartikan sebagai seperangkat kebijakan yang komprehensif, praktek dan program yang terintegrasi dalam kegiatan bisnis, jaringan pemasok dan proses pengambilan keputusan diseluruh perusahaan dimanapun perusahaan itu menjalankan kegiatannya, dan termasuk tanggung jawab terhadap tindakan-tindakan yang diambil pada masa lalu dan sekarang, dan implikasinya di masa depan.

Salah satu yang membuat masyarakat khawatir adalah pencemaran lingkungan yang dihasilkan perusahaan. Karena berbagai tekanan dari *stakeholder* termasuk dari pemerintah dan mass media, perusahaan-perusahaan multinasional menyadari bahwa komitmen kepada tanggung jawab lingkungan dan sosial telah berubah. Paradigma baru mengenai tanggung jawab sosial perusahaan terkait erat dengan tanggung jawab lingkungan. Ketiga, ketika Enron dan Worldcom bangkrut pada tahun 2001 dan 2002 para akademisi, legislator dan pemimpin perusahaan mencoba mencari jalan untuk mencegah kejatuhan perusahaan-perusahaan yang lain.

Pertanyaannya adalah bersamaan dengan akuntabilitas perusahaan, dapatkah perusahaan dibebankan juga tanggung jawab sosial perusahaan. Paradigma baru perusahaan dalam kaitannya dengan tanggung jawab perusahaan tidak saja bagaimana memaksimalkan keuntungan pemegang saham dalam jangka pendek tetapi juga bagaimana keuntungan tersebut mendatangkan manfaat kepada masyarakat dan perusahaan itu sendiri.

2.1.3.4 Manfaat CSR

Ada hal-hal yang diharapkan dari pelaksanaan CSR. Selain memberdayakan masyarakat, dari sisi perusahaan, jelas agar operasional berjalan lancar tanpa gangguan. Jika hubungan antara masyarakat dan perusahaan tidak “mesra“, bisa dipastikan ada masalah. Pelaksanaan program CSR belum sepenuhnya diterima oleh masyarakat. Itu disebabkan oleh minimnya perhatian perusahaan terhadap pelaksanaan CSR. Jika dikelompokkan, sedikitnya ada empat manfaat CSR terhadap perusahaan (Edi, 2008) :

- *Brand differentiation*. Dalam persaingan pasar yang kian kompetitif, CSR bisa memberikan citra perusahaan yang khas, baik, dan etis di mata publik yang pada gilirannya menciptakan *customer loyalty*. *The Body Shop* dan BP (dengan bendera “*Beyond Petroleum*”-nya), sering dianggap sebagai memiliki image unik terkait isu lingkungan.
- *Human resources*. Program CSR dapat membantu dalam perekrutan karyawan baru, terutama yang memiliki kualifikasi tinggi. Saat *interview*, calon karyawan yang memiliki pendidikan dan pengalaman tinggi sering bertanya tentang CSR dan etika bisnis perusahaan, sebelum mereka memutuskan menerima tawaran. Bagi staf lama, CSR juga dapat meningkatkan persepsi, reputasi dan dedikasi dalam bekerja.

- *License to operate*. Perusahaan yang menjalankan CSR dapat mendorong pemerintah dan publik memberi "ijin" atau "restu" bisnis. Karena dianggap telah memenuhi standar operasi dan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat luas.
- *Risk management*. Manajemen resiko merupakan isu sentral bagi setiap perusahaan. Reputasi perusahaan yang dibangun bertahun-tahun bisa runtuh dalam sekejap oleh skandal korupsi, kecelakaan karyawan, atau kerusakan lingkungan. Membangun budaya "*doing the right thing*" berguna bagi perusahaan dalam mengelola resiko-resiko bisnis.

2.1.3.5 Penerapan dan Bias- Bias CSR

Tujuan CSR adalah untuk pemberdayaan masyarakat, bukan memperdayai masyarakat. Pemberdayaan bertujuan mengkreasikan masyarakat mandiri. Pada prakteknya CSR hanya diukur dari seberapa besar uang yang dikeluarkan oleh perusahaan, tapi sebenarnya di sisi lain ada sesuatu yang tidak dapat dihitung dengan uang. Nilai *intangible* tersebut adalah sejauh mana perusahaan tersebut aktif dan proaktif terhadap lingkungan. *Corporate responsibilities* ada dua. Pertama, yang sifatnya ke dalam atau internal. Hal ini menyangkut transparansi, sehingga ada yang namanya *Good Corporate Governance*. Di kalangan perusahaan publik diukur dengan keterbukaan informasi. Kedua, yang sifatnya ke luar atau eksternal. Apabila perusahaan ingin melakukan sesuatu kepada masyarakat, harus diketahui lebih dulu apa yang dibutuhkan masyarakat (Suranta, 2008). Oleh karena itu, harus terjadi komunikasi sebelum membuat program. CSR itu jauh lebih besar dari kedermawanan yang biasanya lebih karena bencana alam (Sukir, 2005).

Menurut *Princes of Wales Foundation* (dalam Untung, 2008) ada lima hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi CSR, pertama, menyangkut *human capital* atau pemberdayaan manusia. Kedua, *environments* yang berbicara tentang lingkungan. Ketiga adalah *Good Corporate Governance*. Keempat, *social cohesion*. Artinya dalam melaksanakan CSR jangan ada kecemburuan sosial. Kelima adalah *economic strength* atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian di bidang ekonomi.

Jadi, dari uraian tersebut tampak bahwa faktor yang mempengaruhi implementasi CSR adalah komitmen pimpinan perusahaan, ukuran dan kematangan perusahaan serta regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah.

Berdasarkan pengamatan terhadap praktik CSR selama ini, tidak semua perusahaan mampu menjalankan CSR sesuai filosofi dan konsep CSR yang sejati. Tidak sedikit perusahaan yang terjebak oleh bias-bias CSR berikut ini (Edi, 2008):

Pertama, kamufase. CSR yang dilakukan perusahaan tidak didasari oleh komitmen *genuine*, tetapi hanya untuk menutupi praktik bisnis yang memunculkan *ethical questions*.

Kedua, generik. Program CSR terlalu umum dan kurang fokus karena dikembangkan berdasarkan *template* atau program CSR yang telah dilakukan pihak lain. Perusahaan yang impulsif dan pelit biasanya malas melakukan inovasi dan cenderung melakukan *copy-paste* (kadang dengan sedikit modifikasi) terhadap model CSR yang dianggap mudah dan menguntungkan perusahaan.

Ketiga, directive. Kebijakan dan program CSR dirumuskan secara *top-down* dan hanya berdasarkan misi dan kepentingan perusahaan (*shareholders*) semata.

Keempat, lip service. CSR tidak menjadi bagian dari strategi dan kebijakan perusahaan. Biasanya, program CSR tidak didahului oleh *needs assessment* dan hanya diberikan berdasarkan belas kasihan (karitatif).

Kelima, kiss and run. Program CSR bersifat *ad hoc* dan tidak berkelanjutan. Masyarakat diberi “ciuman” berupa barang, pelayanan atau pelatihan, lantas ditinggalkan begitu saja.

CSR yang baik (good CSR) memadukan empat prinsip *good corporate governance*, yakni *fairness*, *transparency*, *accountability*, dan *responsibility*, secara harmonis. Ada perbedaan mendasar di antara keempat prinsip tersebut (Supomo, 2004). Tiga prinsip pertama cenderung bersifat *shareholders-driven* karena lebih memerhatikan kepentingan pemegang saham perusahaan. Sementara itu, prinsip *responsibility* lebih mencerminkan *stakeholders-driven* karena lebih mengutamakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan.

2.1.3.6 Pengungkapan CSR

Pengungkapan mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha (Ghozali dan Chariri, 2007). Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh laporan keuangan (Suwardjono, 2005).

Setiap pelaku ekonomi, selain berusaha untuk kepentingan pemegang saham dan konsentrasi pada pencapaian laba, juga punya tanggung jawab sosial, dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan, sebagaimana dinyatakan oleh Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 paragraph kesembilan:

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

Wolk, Tearny, dan Dodd (2001:302) menginterpretasikan pengertian pengungkapan sebagai berikut :

Broadly interpreted disclosure is concerned with information in both the financial statements and supplementary communications including footnotes, post-statement events, management's discussion and analysis of operations for the forthcoming year, financial and operating forecasts, and additional financial statements covering segmental disclosure and extensions beyond historical cost.

Secara umum, tujuan pengungkapan adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan melayani berbagai pihak yang mempunyai kepentingan berbeda (Suwardjono, 2005).

Securities Exchange Comitee (SEC) menuntut lebih banyak pengungkapan karena pelaporan keuangan mempunyai aspek sosial dan publik (*public interest*). Oleh karena itu, pengungkapan dituntut lebih dari sekedar pelaporan keuangan, tetapi meliputi pula penyampaian informasi kualitatif dan kuantitatif, baik yang *mandatory* maupun *voluntary disclosure* (Chrismawati, 2007). Tujuan pengungkapan menurut SEC dikategorikan menjadi dua, yaitu: 1) *Protective disclosure* yang dimaksudkan sebagai upaya perlindungan terhadap investor, dan (2) *Informative disclosure* yang bertujuan memberikan informasi yang layak kepada pengguna laporan (Wolk, Francis, dan Tearney, dalam Dyah, 2009).

Adapun tujuan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan adalah sebagai berikut (Rosmasinta, 2007):

1. Untuk meningkatkan citra perusahaan dan mempertahankan, biasanya secara implisit, asumsi bahwa perilaku perusahaan secara fundamental adalah baik.
2. Untuk membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial diantara organisasi dan masyarakat. Keberadaan kontrak social ini menuntut dibebaskannya akuntabilitas sosial.

3. Sebagai perpanjangan dari pelaporan keuangan tradisional dan tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada investor.

Informasi yang dimuat dalam laporan tahunan ada dua jenis. Yang pertama adalah laporan tahunan dengan pengungkapan wajib yaitu pengungkapan wajib yaitu pengungkapan informasi yang wajib diberitahukan sebagaimana diatur dalam ketentuan Bapepam No. : Kep-38/PM/1996 tgl 17 Januari 1996. Jenis yang kedua adalah laporan tahunan dengan pengungkapan sukarela yaitu pengungkapan informasi diluar pengungkapan wajib yang diberikan dengan sukarela oleh perusahaan para pemakai (Yulianto dan Chariri, 2003 dalam Mahdiyah, 2008). Salah satu bagian dari pengungkapan sukarela yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengungkapan kinerja sosial pada laporan tahunan perusahaan seringkali dilakukan secara sukarela oleh perusahaan. Ada berbagai motivasi yang mendorong manajer secara sukarela mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan. Menurut Deegan (2002) dalam Ghozali dan Chariri (2007), alasan tersebut antara lain :

- a. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang ada dalam undang-undang. Ini sebenarnya bukanlah alasan utama yang ditemukan di berbagai negara karena ternyata tidak banyak aturan yang meminta perusahaan mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan.
- b. Pertimbangan rasionalitas ekonomi (*economic rationality*). Atas dasar alasan ini, praktik pengungkapan sosial dan lingkungan memberikan keuntungan bisnis karena perusahaan melakukan “hal yang benar” dan alasan ini mungkin dipandang sebagai motivasi utama.

c. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan. Artinya, manajer berkeyakinan bahwa orang yang memiliki hak tidak dapat dihindari untuk memperoleh informasi yang memuaskan tidak peduli dengan *cost* yang diperlukan untuk menyajikan informasi tersebut. Namun demikian, kelihatannya pandangan ini bukanlah pandangan dalam kebanyakan organisasi bisnis yang beroperasi dan lingkungan kapitalis.

d. Keinginan untuk mematuhi persyaratan peminjaman. Lembaga pemberi pinjaman- sebagai bagian dari kebijakan manajemen risiko mereka, cenderung menghendaki peminjam untuk secara periodik memberikan berbagai item informasi tentang kinerja dan kebijakan sosial dan lingkungannya.

e. Untuk mematuhi harapan masyarakat, barangkali refleksi atas pandangan bahwa kepatuhan terhadap “ijin yang diberikan masyarakat untuk beroperasi” (atau “kontrak sosial”) tergantung pada penyediaan informasi berkaitan dengan kinerja sosial dan lingkungan.

f. Sebagai konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan. Misalnya, pelaporan mungkin dipandang sebagai respon atas pemberitaan media yang bersifat negatif, kejadian sosial atau dampak lingkungan tertentu, atau barangkali sebagai akibat dari *rating* yang jelek yang diberikan oleh lembaga pemberi peringkat perusahaan.

g. Untuk memanager kelompok *stakeholder* tertentu yang *powerfull*.

h. Untuk menarik dana investasi. Di lingkungan internasional, “*ethical investment funds*” merupakan bagian dari pasar modal yang semakin meningkat peranannya, misalnya *The Dow Jones Sustainability Group Index*. Pihak yang bertanggungjawab dalam merangking

organisasi tertentu untuk tujuan analisis portfolio menggunakan informasi dari sejumlah sumber termasuk informasi yang dikeluarkan oleh organisasi tersebut.

i. Untuk mematuhi persyaratan industri, atau *code of conduct* tertentu. Misalnya, di Australia-Industri pertambangan memiliki *Code for Environmental Management*. Jadi ada tekanan tertentu untuk mematuhi aturan tersebut. Aturan tersebut dapat mempengaruhi persyaratan pelaporan.

j. Untuk memenangkan penghargaan pelaporan tertentu. Ada berbagai penghargaan yang diberikan oleh beberapa negara kepada perusahaan yang melaporkan kegiatannya termasuk kegiatan yang berkaitan dengan aspek sosial dan dampak lingkungan. Contohnya penghargaan yang diberikan oleh *The Association of Chartered Certified Accountants*. Banyak organisasi yang berusaha memenangkan penghargaan tersebut dengan harapan memperbaiki *image* positif perusahaan. Memenangkan penghargaan memiliki implikasi positif terhadap reputasi perusahaan di mata *stakeholdernya*.

Oleh karena itu, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering disebut sebagai *social disclosure, corporate social reporting, social accounting* atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996 dalam Mahdiyah 2008) diartikan sebagai suatu proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005 dalam Mahdiyah, 2008).

2.1.4 Struktur Kepemilikan

Struktur kepemilikan (*ownership structure*) adalah struktur kepemilikan saham, yaitu perbandingan jumlah saham yang dimiliki oleh “orang dalam“ (*insiders*) dengan jumlah saham yang dimiliki oleh investor. Atau dengan kata lain struktur kepemilikan saham adalah proporsi kepemilikan institusional, kepemilikan manajemen, dan kepemilikan asing dalam kepemilikan saham perusahaan. Dalam menjalankan kegiatannya, suatu perusahaan diwakili oleh direksi (*agents*) yang ditunjuk oleh pemegang saham (*principals*).

2.1.4.1 Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham oleh pihak- pihak yang berbentuk institusi seperti yayasan, bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dana pension, perusahaan berbentuk perseroan (PT), dan institusi lainnya. Institusi biasanya dapat menguasai mayoritas saham karena mereka sumber daya yang lebih besar dibandingkan dengan pemegang saham lainnya. Oleh karena menguasai saham mayoritas, maka pihak institusional dapat melakukan pengawasan terhadap kebijakan manajemen secara lebih kuat dibandingkan dengan pemegang saham lain.

Menurut Jensen dan Meckling (1976), salah satu cara untuk mengurangi *agency cost* adalah dengan meningkatkan kepemilikan institusional yang berfungsi untuk mengawasi agen. Dengan kata lain, akan mendorong pengawasan yang optimal terhadap kinerja manajemen. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan persentase kepemilikan institusional dapat menurunkan persentase kepemilikan manajerial karena kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional bersifat saling menggantikan sebagai fungsi monitoring (Suranta dan Machfoedz 2003: 215).

Peningkatan kepemilikan institusional menyebabkan pengawasan yang ketat terhadap kinerja manajemen sehingga secara otomatis manajemen akan menghindari perilaku yang

merugikan prinsipal. Semakin besar *institutional ownership* maka semakin kuat kendali yang dilakukan pihak eksternal terhadap perusahaan.

Struktur kepemilikan institusional dapat diukur sesuai dengan proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh pemilik institusi dan kepemilikan oleh *blockholder*, yang dirumuskan:

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{jumlah kepemilikan saham oleh pihak institusional}}{\text{jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

Total saham institusi yang dimaksud adalah jumlah persentase saham yang dimiliki oleh institusi pada akhir tahun. Sedangkan total saham yang beredar, dihitung dengan menjumlahkan seluruh saham yang diterbitkan oleh perusahaan tersebut pada akhir tahun.

2.1.4.2 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan (Rustiarini, 2008). Pihak tersebut adalah mereka yang duduk di dewan komisaris dan dewan direksi perusahaan. Keberadaan manajemen perusahaan mempunyai latar belakang yang berbeda, antara lain: pertama, mereka mewakili pemegang saham institusi, kedua, mereka adalah tenaga- tenaga profesional yang diangkat oleh pemegang saham dalam Rapat Umum Pemegang Saham. Ketiga, mereka duduk di jajaran manajemen perusahaan karena turut memiliki saham.

Berdasarkan teori keagenan, “hubungan antara manajemen dengan pemegang saham, rawan untuk terjadinya masalah keagenan. Teori keagenan menyatakan bahwa salah satu mekanisme untuk memperkecil adanya konflik agensi dalam perusahaan adalah dengan memkasimalkan jumlah kepemilikan manajerial. Dengan menambah jumlah kepemilikan manajerial, maka manajemen akan merasakan dampak langsung atas setiap keputusan yang mereka ambil karena mereka menjadi pemilik perusahaan” (Jensen dan Meckling 1976; 86).

Peningkatan atas kepemilikan manajerial akan membuat kekayaan manajemen, secara pribadi, semakin terikat dengan kekayaan perusahaan sehingga manajemen akan berusaha mengurangi resiko kehilangan kekayaannya. Kepemilikan manajerial yang tinggi berakibat pada rendahnya dividen yang dibayarkan kepada *shareholder*. Hal ini disebabkan karena pembiayaan yang dilakukan oleh manajemen terhadap nilai investasi di masa yang akan datang bersumber dari biaya internal.

Struktur kepemilikan manajerial dapat diukur sesuai dengan proporsi saham biasa yang dimiliki oleh manajerial, dapat dirumuskan:

$$\text{Kepemilikan Manajerial} = \frac{\text{jumlah kepemilikan saham oleh pihak manajemen}}{\text{jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

Total saham manajerial yang dimaksud adalah jumlah persentase saham yang dimiliki oleh manajemen pada akhir tahun. Sedangkan total saham yang beredar, dihitung dengan menjumlahkan seluruh saham yang diterbitkan oleh perusahaan tersebut pada akhir tahun.

2.1.4.3 Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing merupakan proporsi saham biasa perusahaan yang dimiliki oleh perorangan, badan hukum, pemerintah serta bagian-bagiannya yang berstatus luar negeri (Etha, 2010). Kepemilikan asing dalam perusahaan merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan (Djakman dan Machmud, 2008).

Jika dilihat dari sudut pandang *stakeholder*, pengungkapan CSR merupakan alat yang dipilih untuk memperlihatkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan masyarakat. Menurut Angling (2010), apabila perusahaan memiliki kontrak dengan *foreign stakeholders* baik dalam *ownership* dan *trade*, maka perusahaan akan lebih didukung dalam melakukan pengungkapan CSR.

Perusahaan yang sebagian besar sahamnya dimiliki oleh asing biasanya lebih sering menghadapi masalah asimetri informasi dikarenakan hambatan geografis dan bahasa. Oleh sebab itu perusahaan dengan kepemilikan asing yang besar akan terdorong untuk melaporkan atau mengungkapkan informasinya secara sukarela dan luas. (Xiao et al., 2004)

Ada beberapa alasan mengapa perusahaan yang memiliki kepemilikan saham asing harus memberikan pengungkapan yang lebih dibandingkan dengan yang tidak memiliki kepemilikan saham asing (Susanto, 1992 dalam Angling 2010) sebagai berikut:

1. Perusahaan asing mendapatkan peltihan yang lebih baik dalam bidang akuntansi dari perusahaan induk di luar negeri.
2. Perusahaan tersebut mungkin punya system informasi yang lebih efisien untuk memenuhi kebutuhan internal dan kebutuhan perusahaan induk.
3. Kemungkinan permintaan yang lebih besar pada perusahaan berbasis asing dari pelanggan, pemasok, dan masyarakat umum.

Penelitian yang dilakukan Ni Wayan Rustiarini (2008) menemukan bahwa kepemilikan asing berpengaruh pada pengungkapan CSR. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Novita dan Caerul (2007) menemukan bahwa struktur kepemilikan saham termasuk kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2006.

Struktur kepemilikan asing dapat diukur sesuai dengan proporsi saham biasa yang dimiliki oleh asing, dapat dirumuskan:

$$\text{Kepemilikan Asing} = \frac{\text{jumlah kepemilikan saham oleh pihak asing}}{\text{jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

Total saham asing yang dimaksud adalah jumlah persentase saham yang dimiliki oleh pihak asing pada akhir tahun. Sedangkan total saham yang beredar, dihitung dengan menjumlahkan seluruh saham yang diterbitkan oleh perusahaan tersebut pada akhir tahun.

2.1.4.4 Variabel Kontrol

2.1.4.4.1 Size

Secara teoritis, perusahaan dengan jumlah karyawan yang lebih banyak akan menghadapi tekanan politis dari *stakeholder*. Salah satunya berupa tuntutan dari karyawan atas hak untuk mendapatkan informasi berkaitan dengan operasi perusahaan. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis.

Ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat didasarkan pada jumlah aktiva, jumlah tenaga kerja, volume penjualan, dan kapitalisasi pasar (Adiaksa, 2007 dalam Dyah 2009). Perusahaan besar mengeluarkan biaya produksi yang besar, aktivitas yang lebih padat, dampak yang lebih besar terhadap lingkungan dan proporsi pemegang saham yang besar yang kemungkinan besar memiliki kepentingan tersendiri dengan program sosial perusahaan daripada perusahaan sedang ataupun perusahaan kecil, sehingga menyebabkan tekanan politis yang besar bagi perusahaan untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya kepada publik.

Menurut Buzby (Waryanti, 2009) ada dugaan bahwa perusahaan kecil akan mengungkapkan lebih rendah kualitasnya dibanding perusahaan besar. Hal ini karena ketiadaan sumber daya dan dana yang cukup besar dalam laporan tahunan. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil. Alasan lain adalah perusahaan besar dan memiliki biaya keagenan

yang lebih besar tentu akan mengungkapkan informasi yang luas untuk mengurangi biaya tersebut. Lebih banyak pemegang saham, lebih banyak juga pengungkapan karena ada tuntutan dari pemegang saham dan para analis pasar modal.

Perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan tahunan, yang merupakan media untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Tapi tidak semua semua peneliti mendukung hubungan antara *size* dengan pengungkapan sosial oleh karena itu perlu diteliti lagi.

2.1.4.4.2 *Leverage*

Leverage memiliki arti penting bagi perusahaan, karena dapat diketahui dampak *leverage* terhadap profitabilitas. Semakin tinggi tingkat *leverage* besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha melaporkan laba yang lebih tinggi dengan cara mengurangi biaya- biaya termasuk biaya pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Agency theory memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi. Tambahan informasi biasanya diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi dipenuhinya hak- hak mereka sebagai kreditur. Untuk mencapai hal tersebut, kecenderungan yang terjadi adalah manajemen berusaha memaksimalkan laba sekarang dengan cara mengurangi biaya, termasuk biaya pengungkapan informasi sosial. Semakin tinggi tingkat *leverage*, besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha melaporkan laba sekarang lebih tinggi dengan

mengurangi biaya, termasuk biaya untuk pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Belkaoui dan Karpik 1989 dalam Waryanti 2009).

Penelitian yang dilakukan Amaran, et al., (2009) menemukan bahwa ada hubungan negatif antara kedua variabel tersebut. Sementara Anggraini (2006) dan Rosmasita (2007) tidak menemukan hubungan antara keduanya.

2.1.4.4.3 Profitabilitas

Merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham (Apriani, 2005). Terdapat beberapa pengukuran terhadap profitabilitas perusahaan dimana masing-masing pengukuran dihubungkan dengan volume penjualan, total aktiva, dan modal sendiri. Ada 6 pengukuran profitabilitas (Samsul hal 145) :

1. *Gross profit margin* merupakan rasio untuk mengukur laba kotor dibandingkan dengan volume penjualan.
2. *Operating profit* merupakan rasio yang mengukur tingkat laba operasi dibandingkan dengan volume penjualan.
3. *Net profit margin* merupakan rasio yang mengukur laba bersih sesudah pajak dibandingkan dengan volume penjualan.
4. *Return on asset (ROA)* merupakan rasio yang mengukur tingkat penghasilan bersih yang diperoleh dari total aktiva perusahaan.
5. *Return on equity (ROE)* merupakan rasio yang mengukur tingkat penghasilan bersih yang diperoleh pemilik perusahaan atas modal yang diinvestasikan.

Ada satu argumen yakni bahwa ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi, perusahaan tidak perlu mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan. Ini berarti semakin tinggi

tingkat profitabilitas, akan semakin rendah tingkat pengungkapan sosial perusahaan. Hasilnya beragam. Ada yang mengatakan jika profitabilitas signifikan terhadap CSR, ada yang mengatakan bahwa profitabilitas tidak signifikan terhadap CSR.

Variabel *size*, *leverage* dan ROA merupakan variabel yang paling sering digunakan untuk menjelaskan mengenai variasi pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan. Hal ini dapat dilihat dari berbagai penelitian empiris yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh total aktiva sebagai cermin atas ukuran perusahaan hampir selalu konsisten dan secara statistik signifikan. Sedangkan profitabilitas dapat dilihat dari semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosialnya. Variabel *leverage* menunjukkan bahwa semakin rendah rasio *leverage* yang dimiliki perusahaan semakin baik kondisinya. Hal-hal yang disebutkan di atas merupakan alasan yang melatarbelakangi penggunaan ketiganya sebagai variabel kontrol dalam penelitian ini.

2.2 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, peneliti mencoba untuk menguji struktur kepemilikan institusional dan kepemilikan asing terhadap aktivitas pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan oleh perusahaan di Indonesia. Penelitian ini dilakukan karena berdasarkan penelitian sebelumnya, masih menunjukkan bahwa kepemilikan institusional dan kepemilikan manajemen tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap aktivitas pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Penelitian ini merupakan gabungan dari beberapa penelitian-penelitian sebelumnya. Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya, dapat dilihat dari variabel kontrolnya yang berupa

ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas (ROA). Pada penelitian Djakman dan Machmud (2007), variable kontrol yang digunakan adalah *size*, *type* dan kategori BUMN dan non BUMN.

Rosmasita (2007) melakukan penelitian yang membahas tentang factor- factor yang mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan dalam laporan tahunan. Faktor tersebut dijelaskan dalam variabel kepemilikan manajemen, *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Sampelnya adalah 113 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2004-2005. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara faktor- faktor karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR dan kepemilikan manajemen mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan sosial.

Sementara dalam penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) ditemukan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *size*, profil perusahaan, dan ukuran dewan komisaris sebagai variabel independen dalam penelitiannya terhadap pengungkapan sosial, sedangkan *leverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial.

Hasil dari penelitian Sembiring (2005) sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tarjo (2008) yakni bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial yang diprosikan dalam adanya variabel manajemen laba sebagai hal yang mendasari kegiatan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hubungan yang signifikan antara struktur kepemilikan dengan pengungkapan CSR dapat dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh Rika dan Islahuddin (2008) dan Mustaruddin, Norhayah, dan Rusnah(2009) yang menunjukkan bahwa kepemilikan institusional dan manajemen memiliki hubungan yang signifikan positif dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Sementara itu, ketidaksignifikanan variabel kepemilikan saham asing sebagai faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dilihat dari hasil penelitian Novita dan Chaerul (2008) yakni bahwa struktur kepemilikan saham oleh pihak asing tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan- perusahaan yang tercatat di BEI pada tahun 2006, yang sejalan dengan hasil penelitian Machmud dan Djakman (2008) yakni bahwa kepemilikan saham oleh pihak asing tidak punya pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR yang mengindikasikan bahwa faktor tersebut tidak punya perhatian terhadap pengungkapan CSR dalam membuat keputusan investasi.

Perbedaan yang lain terletak pada sampel yang digunakan, tahun pengujian, alat statistik dan kondisi yang berbeda. Secara ringkas, penelitian yang telah dilakukan mengenai struktur kepemilikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 2.1 Daftar Penelitian Terdahulu

No	Tahun	Peneliti	Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
1.	2005	Eddy Rismanda Sembiring	Variabel independen: Size, profitabilitas, <i>profile</i> perusahaan, ukuran dewan komisaris, leverage. Variabel dependen: Pengungkapan tanggung jawab sosial.	<i>Size, profile</i> perusahaan, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan sosial sedangkan leverage dan profitabilitas tidak berpengaruh.
2.	2007	Rosmasita	Variabel Independen: Kepemilikan manajemen, tingkat leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Variabel dependen:	Kepemilikan manajemen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan

			Pengungkapan tanggungjawab sosial.	<i>leverage</i> , profitabilitas, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh.
3.	2008	Rika Nurlela dan Islahuddin	Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Moderating: Kepemilikan manajemen,	<i>Corporate Social Responsibility</i> , prosentase kepemilikan manajemen, serta interaksi antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan prosentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
4.	2008	Novita dan Chaerul	Variabel dependen: <i>Corporate Social Disclosure Index</i> , Variabel Independen: Kepemilikan Asing & Kepemilikan Institusi Variabel Kontrol: Tipe Industri, Ukuran Perusahaan (<i>Firm Size</i>), Kategori BUMN dan Non BUMN	Struktur kepemilikan asing termasuk kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2006 dan kepemilikan institusional tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan
5.	2008	Tarjo	Variabel eksogen: (independen) adalah konsentrasi kepemilikan institusional dan <i>leverage</i> . Variabel endogen: (intervening) adalah manajemen laba dan nilai pemegang saham. Variabel endogen (dependen) adalah <i>cost of equity capital</i> .	Konsentrasi kepemilikan institusional berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. Konsentrasi kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai pemegang saham. Konsentrasi kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap <i>cost of equity</i>

				<p><i>capital.</i></p> <p><i>Leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba</p> <p><i>Leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai pemegang saham</p> <p>Manajemen laba berpengaruh positif signifikan terhadap nilai pemegang saham</p> <p>Manajemen laba berpengaruh positif signifikan terhadap <i>cost of equity capital</i></p> <p>Nilai pemegang saham berpengaruh positif signifikan terhadap <i>cost of equity capital.</i></p>
6.	2008	Mackmud dan Djakman	<p>Variabel Independen: kepemilikan institusional, kepemilikan asing</p> <p>Variabel dependen: Corporate Social Disclosure Index</p>	<p>Kepemilikan asing tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR dan kepemilikan institusional juga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR, mengindikasikan bahwa kedua faktor tersebut tidak punya perhatian terhadap pengungkapan CSR untuk membuat keputusan investasi.</p>
7.	2008	Ni Wayan Rustiarini	<p>Variabel independen penelitian: kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing.</p> <p>Kepemilikan manajerial</p> <p>Variabel dependen: pengungkapan CSR.</p>	<p>Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR, kepemilikan institusional tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR, kepemilikan asing berpengaruh pada pengungkapan CSR.</p>

8.	2009	Mustaruddin, Norhayah, dan Rusnah	Variabel independen: Indeks Pengungkapan CSR Variabel dependen: Kepemilikan Institusional	Antara dimensi pengungkapan CSR dengan kepemilikan institusional memiliki hubungan yang signifikan.
9.	2010	Wien Ika Permatasari	Variabel independen; kepemilikan manajemen, Kepemilikan institusional, dan <i>corporate social responsibility</i> . Variabel dependen: nilai perusahaan.	Kepemilikan manajemen tidak mempengaruhi nilai perusahaan, kepemilikan institusional tidak mempengaruhi nilai perusahaan, <i>corporate social responsibility</i> mempengaruhi nilai perusahaan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan teoritis dan pengembangan hipotesis, maka peneliti menggambarkan kerangka penelitian sebagai berikut:

2.3.1 Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan CSR

Teori *Stakeholder* Freeman (1984) mendefinisikan *stakeholder* seperti sebuah kelompok atau individual yang dapat memberi dampak atau terkena dampak oleh hasil tujuan perusahaan. Hal ini juga terkait dengan *stakeholder* yang berada di luar pemilik (manajer). Yang termasuk dalam *stakeholder* yaitu *stockholders, creditors, employees, customers, suppliers, public interest groups, dan governmental bodies* (Roberts, 1992). Roberts juga mengemukakan perkembangan konsep *stakeholder* dibagi menjadi tiga yaitu model perencanaan perusahaan, kebijakan bisnis dan *corporate social responsibility*.

Semua perusahaan yang bersatatus *go public* dan telah terdaftar dalam BEI adalah perusahaan- perusahaan yang sebagian besar proporsi sahamnya dimiliki oleh publik dan secara

otomatis perusahaan harus melaporkan seluruh aktivitas dan keadaan perusahaan kepada publik agar masyarakat sebagai salah satu bagian dari pemegang saham mengetahui keadaan perusahaan. Namun, tingkat kepemilikan saham antara satu pihak dengan institusi lain yang terlibat adalah berbeda- beda.

Skala yang digunakan untuk kepemilikan institusional adalah rasio. Indikator kepemilikan institusional yang digunakan dalam penelitian konsisten dengan Novita dan Djakman (2008) dan Nurkhin (2009) yaitu proporsi kepemilikan saham oleh investor institusi terhadap jumlah lembar saham yang beredar.

Semakin tinggi rasio/ tingkat kepemilikan publik dalam saham perusahaan, maka perusahaan tersebut diprediksi akan melakukan pengungkapan yang lebih tinggi (Hasibuan, 2001). Hal ini terjadi karena adanya hubungan timbal balik yang kuat antara tanggung jawab perusahaan dengan pihak luar yaitu masyarakat (publik). Yang dimaksud dengan rasio kepemilikan publik disini adalah persentase saham yang dimiliki oleh publik sesuai yang tercantum dalam ICMD. Berdasarkan asumsi tersebut di atas, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Besarnya kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR.

2.3.2 Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Pengungkapan CSR

Semakin besar proporsi kepemilikan manajemen pada perusahaan, maka manajemen cenderung berusaha lebih giat untuk kepentingan pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri (Ross,*et al.*, 2002) dalam Widy (2009). Perusahaan yang memisahkan fungsi pengelolaan dengan fungsi kepemilikan akan rentan terhadap masalah keagenan. Perusahaan menggunakan

laporan tahunan mereka untuk mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan pemilik. Masalah utama keagenan adalah adanya perbedaan antara pemilik dengan manajer. Semakin banyak saham yang dimiliki oleh publik, maka semakin besar tekanan yang dihadapi perusahaan untuk mengungkapkan informasi lebih banyak dalam laporannya.

Penelitian Nasir dan Abdullah (2004) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dalam hubungan antara kepemilikan saham manajerial terhadap luas pengungkapan CSR. Hal senada juga disampaikan Rosmasita (2007) yang menemukan bahwa kepemilikan saham manajerial berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR di Indonesia. Namun ketidakkonsistenan hasil ditunjukkan oleh penelitian Said et al. (2009) yang menemukan bahwa kepemilikan saham manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil [Jensen & Meckling (1976)]. Dalam hal ini manajer akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan. Sebaliknya semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut [Gray, et al. (1988)]. Berdasarkan asumsi tersebut, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H2: Besarnya kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR.

2.3.3 Pengaruh Kepemilikan Asing terhadap Pengungkapan CSR

Perusahaan berbasis asing memiliki teknologi yang cukup, *skill* karyawan yang baik, jaringan informasi yang luas, sehingga memungkinkan untuk melakukan *disclosure* secara luas. Melalui faktor- faktor tersebut, perusahaan asing akan berusaha meningkatkan nilai perusahaan yang dibentuk oleh para investor asing dalam kegiatan operasional dimana perusahaan anak atau afiliasi didirikan. Banyak negara yang dapat dijadikan sebagai target operasi perusahaan asing, seperti Indonesia. Penerapan CSR di Indonesia dapat diindikasikan sebagai akibat dari peningkatan nilai perusahaan asing setelah menerapkan CSR di dalam operasional perusahaan (Angling, 2010).

Negara- negara asing cenderung lebih memperhatikan segala aktivitas yang berhubungan dengan pengungkapan CSR. Hal ini terlihat dari tingginya tingkat kepeduliannya terhadap kasus- kasus sosial yang sering terjadi seperti pelanggaran HAM, pendidikan, tenaga kerja, dan kasus lingkungan seperti global warming, pembalakan liar, serta pencemaran air. Melalui pengungkapan tanggung jawab sosial, perusahaan dapat memperlihatkan kepeduliannya. Dengan kata lain, apabila perusahaan di Indonesia memiliki kontrak dengan *foreign shareholders* baik *ownership* dan *trade*, maka perusahaan akan lebih mendapatkan dukungan dalam rangka pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Sesuai dengan teori *stakeholder*, semakin banyak dan kuat posisi *stakeholder*, semakin besar kecenderungan perusahaan untuk mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholdernya*. Hal tersebut diwujudkan dengan cara melakukan aktivitas pertanggungjawaban terhadap sosial dan lingkungannya atas aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Perusahaan yang berbasis asing kemungkinan memiliki *stakeholder* yang lebih banyak dibanding perusahaan berbasis nasional sehingga permintaan informasi juga lebih besar dan dituntut untuk melakukan pengungkapan yang lebih besar juga.

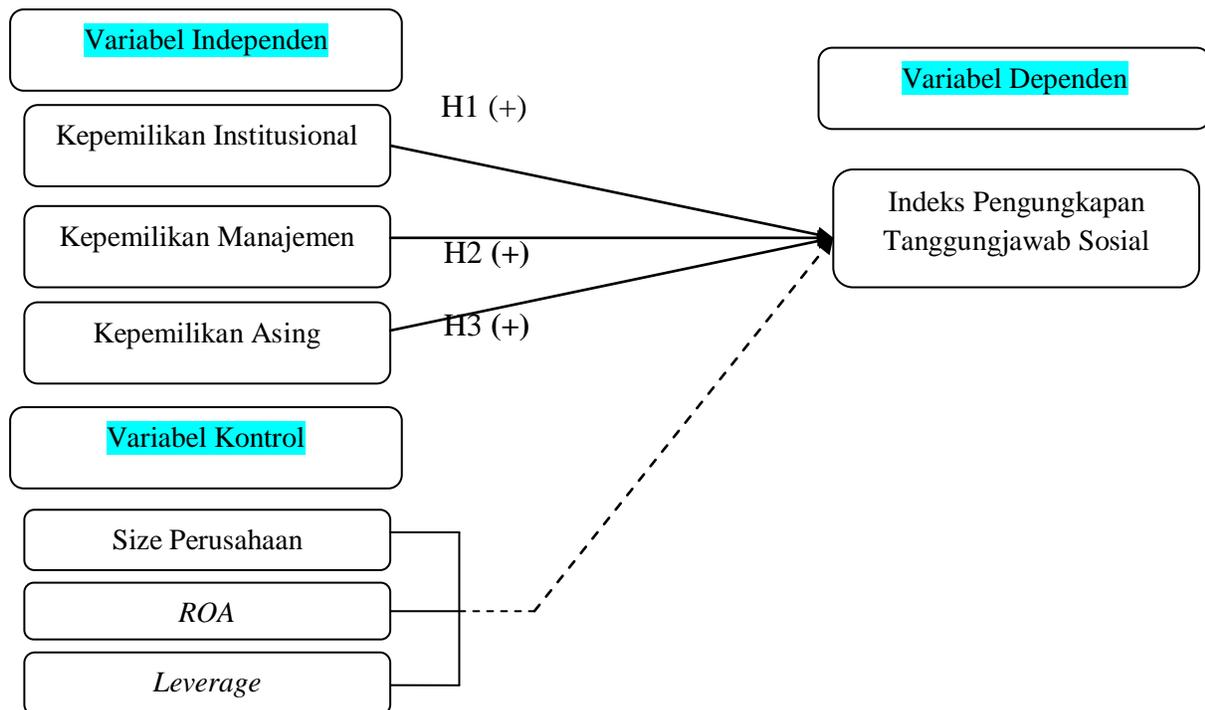
Berdasarkan asumsi tersebut di atas, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: Besarnya kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR.

Atas dasar argumen diatas dan adanya keterkaitan antar variabel, dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1

Hubungan Antar Variabel Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1 Variabel Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian deduktif yang bertujuan untuk menguji hipotesis melalui validitas teori atau pengujian aplikasi kepada teori tertentu. Ruang lingkup penelitian ini hanya membatasi pembahasannya pada menguji apakah kepemilikan institusional, kepemilikan manajemen, dan kepemilikan asing berpengaruh terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial. Penelitian ini menggunakan variabel pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai variabel dependen, kepemilikan institusional, kepemilikan manajemen, dan kepemilikan asing sebagai variabel independen, dan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan variabel *leverage* sebagai variabel kontrol. Penelitian ini mengambil sampel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2009.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah indeks pengungkapan pertanggungjawaban sosial (CSDI).

2. Variabel Independen (X)

Variabel independen (X) terdiri dari kepemilikan institusional (X1) dan kepemilikan manajemen (X2) dan kepemilikan asing (X3).

3. Variabel Kontrol

Variabel kontrol terdiri dari *ROA*, *firm size*, dan *leverage*

3.1.2 Defenisi Operasional

Bagian ini terdiri atas defenisi variabel- variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi:

3.1.2.1 Variabel Terikat (Dependen)

1. Indeks Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Penelitian ini menggunakan *content analysis* untuk mengukur keempat variabel pengungkapan CSR per dimensi tersebut. Adapun keempat variabel bebas itu adalah sebagai berikut (Saleh *et al* , 2010) :

1. Pengungkapan CSR dimensi hubungan dengan karyawan.
2. Pengungkapan CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas.
3. Pengungkapan CSR dimensi produk.
4. Pengungkapan CSR dimensi lingkungan.

Pertimbangan menggunakan *content analysis* dalam penelitian ini karena penelitian ini berfokus pada luas atau jumlah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Checklist dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam empat kategori yaitu pengungkapan CSR dimensi karyawan, CSR dimensi produk, CSR dimensi hubungan komunitas, dan CSR dimensi lingkungan. Keempat kategori tersebut terbagi dalam dua puluh item pengungkapan. Penggunaan metode ini telah secara luas diadopsi oleh penelitian Saleh *et al* (2010) mengenai tanggung jawab sosial dan kepemilikan institusional.

Pengungkapan CSR dimensi hubungan dengan karyawan, CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas sekitar, CSR dimensi produk, dan CSR dimensi lingkungan didapatkan dari laporan tahunan perusahaan. Daftar pengungkapan CSR tiap dimensi yang digunakan mengacu pada daftar item sesuai penelitian Saleh *et al* (2010). Setelah itu, *checklist* daftar item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur menggunakan pendekatan dikotomi dengan menggunakan variabel *dummy* yaitu:

Skor 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pengungkapan pada daftar pernyataan.

Skor 1 : Jika perusahaan mengungkapkan item pengungkapan pada daftar pernyataan.

Berikut penjelasan lebih detil dan teknis mengenai keempat variabel independen dalam penelitian ini.

1. Daftar pengungkapan CSR dimensi hubungan dengan karyawan yang mana menggunakan daftar item sesuai penelitian Saleh *et al* (2010) terdiri dari enam komponen yaitu kesehatan, pelatihan, kepuasan, profil karyawan, opsi saham bagi karyawan, dan keamanan. Perhitungannya dinotasikan dalam rumus:

$$\text{ERCSR D} = \frac{n}{k}$$

Keterangan:

ERCSR D = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
dimensi hubungan dengan karyawan

n = Jumlah item pengungkapan yang dipenuhi

k = Jumlah semua item yang mungkin dipenuhi

2. Pengungkapan CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas yang mana menggunakan daftar item sesuai penelitian Saleh *et al* (2010) terdiri dari enam komponen yaitu donasi,

pemberian derma, program beasiswa, sponsor untuk kegiatan olahraga, mendukung kebanggaan nasional, dan proyek publik. Perhitungannya dinotasikan dalam rumus:

$$\text{CICSRD} = \frac{n}{k}$$

Keterangan:

CICSRD = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi keterlibatan komunitas

n = Jumlah item pengungkapan yang dipenuhi

k = Jumlah semua item yang mungkin dipenuhi

3. Pengungkapan CSR dimensi produk yang mana menggunakan daftar item sesuai penelitian Saleh *et al* (2010) terdiri dari empat komponen yaitu pengembangan produk, keamanan produk, kualitas produk, dan layanan pelanggan. Perhitungannya dinotasikan dalam rumus:

$$\text{PCSRD} = \frac{n}{k}$$

Keterangan:

PCSRD = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi produk

n = Jumlah item pengungkapan yang dipenuhi

k = Jumlah semua item yang mungkin dipenuhi

4. Pengungkapan CSR dimensi lingkungan yang mana menggunakan daftar item sesuai penelitian Saleh *et al* (2010) yang terdiri dari empat komponen yaitu pengendalian polusi, program perbaikan dan pencegahan, bahan daur ulang, dan prestasi dalam program lingkungan. Perhitungannya dinotasikan dalam rumus:

$$\text{ECSR} = \frac{n}{k}$$

Keterangan:

ECSR = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi lingkungan

n = Jumlah item pengungkapan yang dipenuhi

k = Jumlah semua item yang mungkin dipenuhi

3.1.2.2 Variabel Bebas (Independen)

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah: variabel struktur kepemilikan institusional, variabel struktur kepemilikan manajemen, dan variabel struktur kepemilikan asing. Dalam penelitian ini perhitungan persentase kepemilikan saham pada ketiga jenis struktur kepemilikan didasarkan pada perhitungan persentase saja. Tidak ada acuan peraturan yang pasti yang pasti, karena semuanya diadopsi dari penelitian yang sudah ada sebelumnya.

1. Variabel Struktur Kepemilikan Institusional

Variabel ini diukur dari jumlah prosentase saham yang dimiliki oleh institusi. Kepemilikan saham institusional adalah kepemilikan saham oleh pihak-pihak yang berbentuk institusi, seperti bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dana pensiun, dan institusi lainnya (Edy, 2009). Apabila suatu perusahaan terdapat lebih dari satu pemilikan institusi yang memiliki saham perusahaan, maka kepemilikan saham diukur dengan menghitung total seluruh saham yang dimiliki oleh seluruh pemilikan institusi.

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{jumlah kepemilikan saham oleh pihak institusional}}{\text{jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

2. Variabel Struktur Kepemilikan Manajemen

Kepemilikan manajemen adalah besarnya proporsi saham atau tingkat kepemilikan saham oleh manajemen (Wien, 2010). Kepemilikan manajemen dalam

penelitian ini diukur dengan prosentase saham yang dimiliki manajemen. Semakin besar saham yang dimiliki oleh manajemen/ institusi, maka semakin besar informasi yang akan diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya. Hal ini dikarenakan semakin besar jumlah kepemilikan saham, maka semakin banyak pula pihak yang membutuhkan informasi tentang perusahaan.

$$\text{Kepemilikan Manajerial} = \frac{\text{jumlah kepemilikan saham oleh pihak manajemen}}{\text{jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

3. Variabel Struktur Kepemilikan Asing

Variabel ini diukur dari jumlah prosentase saham yang dimiliki oleh pihak asing dengan jumlah saham yang diterbitkan, seperti dalam penelitian Said *et.al* (2009). Apabila suatu perusahaan terdapat lebih dari satu pemilikan asing yang memiliki saham perusahaan, maka kepemilikan saham diukur dengan menghitung total seluruh saham yang dimiliki oleh seluruh pemilikan institusi.

$$\text{Kepemilikan Asing} = \frac{\text{jumlah kepemilikan saham oleh pihak asing}}{\text{jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

3.1.2.3 Variabel Kontrol

1. Variabel *Size* Perusahaan

Size Perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini terkait dengan teori agensi, dimana semakin besar perusahaan maka semakin besar pula informasi yang akan diungkapkan dalam laporan tahunan (Wien, 2010). *Size* perusahaan dapat dilihat dari total aktiva perusahaan. Pada penelitian ini *size*

dinyatakan dengan jumlah tenaga kerja, yang dimiliki oleh perusahaan manufaktur yang listing di BEI.

Pengukuran dapat dilakukan dengan menghitung jumlah tenaga kerja yang dimiliki, semakin besar jumlah yang dimiliki, semakin besar pula perusahaan tersebut dan semakin besar pula informasi sosial yang harus diungkapkan.

Penelitian ini mengukur ukuran perusahaan dengan log nilai buku total aset perusahaan dalam milyaran Rupiah (Saleh *et. al* 2010). Pengukuran ukuran perusahaan tersebut sama dengan yang dilakukan oleh Sudarmadji dan Sularto (2007).

$$SIZE = \log (\text{nilai buku total asset})$$

2. *Leverage*

Leverage yang selanjutnya ditulis LEV memiliki arti penting bagi perusahaan, karena dapat diketahui dampak *leverage* terhadap profitabilitas. *Leverage* menunjukkan penggunaan dana yang disertai dengan biaya tetap. Semakin tinggi tingkat *leverage* besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha melaporkan laba yang lebih tinggi dengan cara mengurangi biaya- biaya termasuk biaya pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan (Anggraini, 2006).

Penelitian yang dilakukan Amaran, et al., (2009) menemukan bahwa ada hubungan *negative* antara kedua variabel tersebut. Sementara Anggraini (2006) tidak menemukan hubungan antara keduanya. Dalam penelitian ini, merujuk pada Rosmasita (2007) akan mengukur leverage dengan menggunakan rumus:

$$LEV = \frac{\text{kewajiban}}{\text{ekuitas}}$$

3. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan ukuran keberhasilan manajemen sebagaimana ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan oleh penjualan dan investasi. Terdapat beberapa pengukuran terhadap profitabilitas perusahaan dimana masing-masing pengukuran dihubungkan dengan volume penjualan, total aktiva, dan modal sendiri. Ada 6 pengukuran profitabilitas (dalam Samsul, hal. 145):

1. *Gross profit margin* merupakan rasio untuk mengukur laba kotor dibandingkan dengan volume penjualan.
2. *Operating profit* merupakan rasio yang mengukur tingkat laba operasi dibandingkan dengan volume penjualan.
3. *Net profit margin* merupakan rasio yang mengukur laba bersih sesudah pajak dibandingkan dengan volume penjualan.
4. *Return on asset (ROA)* merupakan rasio yang mengukur tingkat penghasilan bersih yang diperoleh dari total aktiva perusahaan.
5. *Return on equity (ROE)* merupakan rasio yan mengukur tingkat penghasilan bersih yang diperoleh pemilik perusahaan atas modal yang diinvestasikan.

Ada satu argumen yakni bahwa ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi, perusahaan tidak perlu mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan. Ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas, akan semakin rendah tingkat pengungkapan sosial perusahaan. Hasilnya beragam. Ada yang mengatakan jika

profitabilitas signifikan terhadap CSRD, ada yang mengatakan bahwa profitabilitas tidak signifikan terhadap CSRD.

Merujuk pada Rosmasita (2007) yang menggunakan ROA. ROA yang merupakan ukuran efektivitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

$$ROA = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Asset}}$$

Tabel 3.1

Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Skala	Pengukuran
1.	Dependen			
	a. Pengungkapan CSR dimensi hubungan dengan karyawan	Jumlah item pengungkapan CSR dimensi hubungan dengan karyawan yang dipenuhi/ mungkin dipenuhi sesuai indikator dalam daftar item penelitian Saleh <i>et al</i> (2010)	Rasio	$ERCSR D = \frac{n}{k}$ $\sum k= 6$
	b. Pengungkapan CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas	Jumlah item pengungkapan CSR dimensi keterlibatan dengan komunitas yang dipenuhi / yang mungkin dipenuhi sesuai indikator daftar item penelitian Saleh <i>et al</i> (2010)	Rasio	$CICSR D = \frac{n}{k}$ $\sum k= 6$
	c. Pengungkapan CSR dimensi produk	Jumlah item pengungkapan CSR dimensi produk yang	Rasio	$PCSR D = \frac{n}{k}$

	d. Pengungkapan CSR dimensi lingkungan	dipenuhi / mungkin dipenuhi sesuai indikator daftar item penelitian Saleh <i>et al</i> (2010) Jumlah item pengungkapan CSR dimensi lingkungan yang dipenuhi/ mungkin dipenuhi sesuai indikator daftar item penelitian Saleh <i>et al</i> (2010)	Rasio	$\sum k = 4$ $ECSR D = \frac{n}{k}$ $\sum k = 4$
1.	Independen: IO (X1)	kepemilikan saham oleh pihak- pihak yang berbentuk institusi, dalam penelitian ini menggunakan presentase pemilikan saham institusional yang dilihat dalam laporan tahunan perusahaan untuk tahun 2009.	Rasio	Jumlah kepemilikan saham institusional: jumlah saham yang beredar x100%
2.	MO (X2)	Besarnya proporsi saham atau tingkat kepemilikan saham oleh manajemen dalam penelitian ini menggunakan presentase pemilikan saham manajerial yang dilihat dalam laporan tahunan perusahaan untuk tahun 2009.	Rasio	Jumlah kepemilikan saham manajemen: jumlah saham yang beredar x100%
3.	FO (X3)	Besarnya proporsi saham atau tingkat kepemilikan saham	Rasio	Jumlah kepemilikan saham asing: jumlah saham yang beredar

		oleh manajemen dalam penelitian ini menggunakan presentase pemilikan saham manajerial yang dilihat dalam laporan tahunan perusahaan untuk tahun 2009.		x100%
4.	Kontrol: <i>Size</i>	Ukuran perusahaan	Rasio	$SIZE = \log(\text{total asset})$
5.	<i>Leverage</i>	Penggunaan dana yang disertai dengan biaya tetap.	Rasio	$LEV = \frac{\text{kewajiban}}{\text{ekuitas}}$
6.	<i>ROA</i>	Ukuran efektivitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.	Rasio	$ROA = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Asset}}$

3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang *go public* dan yang telah *listed* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009. Perusahaan manufaktur dipilih karena dianggap paling mewakili industri dimana kedua sektor tersebut merupakan sektor yang paling sensitif terhadap isu sosial dan lingkungan. Penggunaan data perusahaan- perusahaan *go public* dilakukan karena perusahaan tersebut memiliki kewajiban untuk melakukan pelaporan keuangan kepada pihak di luar perusahaan. Selain itu, perusahaan yang *go public* lebih dapat diandalkan karena laporan keuangannya telah diaudit oleh Kantor Akuntan Publik.

Peneliti menggunakan periode satu tahun karena ingin mengetahui efek dari adanya UU No.40 tahun 2007 terhadap aktivitas sosial dan lingkungan perusahaan. Karena pengungkapan pertanggungjawaban sosial sudah merupakan kewajiban bagi perusahaan yang memanfaatkan sumber daya alam.

3.2.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan teknik *purposive sampling* atau pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu dimana umumnya disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan telah menyampaikan laporan tahunan tahun 2009 ke BEI
2. Perusahaan bergerak di bidang manufaktur
3. Memiliki informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini
4. Laporan Keuangan dinyatakan dalam rupiah

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Penggunaan data sekunder dilakukan atas dasar pertimbangan bahwa perusahaan yang diteliti adalah perusahaan *go public*, yang notabene memiliki kewajiban untuk melakukan pelaporan keuangan kepada pihak di luar perusahaan. Data sekunder dalam penelitian ini berupa laporan tahunan dari perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi yang merupakan teknik pengambilan data dengan cara mencari dan mengumpulkan data yang diperoleh dari laporan tahunan yang dipublikasikan. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan penelusuran laporan tahunan 2009. Sumber data dapat diperoleh dari www.idx.co.id, website perusahaan dan pojok BEI Undip.

3.5 Metode Analisis Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diolah kemudian dianalisis dengan alat statistik sebagai berikut:

3.5.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian ini. Alat analisis yang digunakan adalah rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum dan minimum. (Ghozali, 2007). Statistik deskriptif menyajikan ukuran-ukuran numerik yang sangat penting bagi data sampel. Uji statistik deskriptif tersebut dilakukan dengan program SPSS 16.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik yang digunakan adalah Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Autokorelasi. Keempat asumsi klasik yang dianalisa dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16.

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel-variabel memiliki distribusi normal. Data yang terdistribusi normal akan memperkecil kemungkinan terjadinya bias. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dengan menggunakan *one sample kolmogorov-smirnov test* dan analisis grafik histogram dan P-P plot. Dalam uji *one sample kolmogorov-smirnov test* variabel-variabel yang mempunyai asymp. Sig (2-tailed) di bawah tingkat signifikan sebesar 0,05 maka diartikan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki distribusi tidak normal dan sebaliknya (Ghozali, 2007).

3.5.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen, maka uji jenis ini hanya diperuntukan untuk penelitian yang memiliki variabel independen lebih dari satu. Multikolinearitas dapat dilihat dengan menganalisis nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Suatu model regresi menunjukkan adanya multikolinearitas jika:

1. Nilai Tolerance $< 0,10$, atau
2. Nilai VIF > 10 .

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2007).

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

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

Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang berjenis homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji *Scatter Plot*. Dasar analisisnya adalah jika gambar menunjukkan titik-titik yang menandakan komponen-komponen variabel-variabel menyebar secara acak pada bidang scatter maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2007).
2. Uji Park, uji ini digunakan untuk memberikan angka-angka yang lebih detail untuk menguatkan apakah data yang akan diolah terjadi gangguan heteroskedastisitas atau tidak. Ada atau tidaknya gangguan heteroskedastisitas dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila hasil dari uji Park kurang dari atau sama dengan 0,05 maka dapat disimpulkan data mengalami gangguan heteroskedastisitas dan sebaliknya (Ghozali, 2007).

3.5.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam satu model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode saat ini (t) dengan kesalahan pada periode sebelumnya ($t-1$). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2007).

Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan cara uji Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

1. Bila nilai DW terletak antara batas atas (d_u) dan ($4-d_u$), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol berarti tidak ada autokorelasi.
2. Bila nilai DW lebih rendah dari pada batas bawah (d_l), maka koefisien autokorelasi lebih dari nol berarti ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW lebih dari pada ($4-d_l$), maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari nol berarti ada autokorelasi negatif.
4. Bila nilai DW terletak antara batas atas (d_u) dan batas bawah (d_l) atau DW terletak antara ($4-d_u$) dan (d_l), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3.5.3 Uji Hipotesis

Parametrik digunakan jika distribusi data yang digunakan normal. Sedangkan non parametrik digunakan jika distribusi data yang digunakan tidak normal. Salah satu jenis dari uji parametrik adalah uji regresi. Untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti maka akan dilakukan dengan uji koefisien determinasi, uji pengaruh simultan (F test), dan uji parsial (t test).

3.5.3.1 Analisis Regresi Berganda

Pengujian hipotesis dilakukan secara multivariate dengan menggunakan regresi berganda. Regresi berganda digunakan dalam penelitian ini karena variabel bebasnya merupakan kombinasi antara metrik dan nominal (non-metrik) (Ghozali, 2007). Regresi berganda digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel independen yang diukur dengan kepemilikan manajemen (X1), dan kepemilikan institusional (X2) mempengaruhi pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Model regresi berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Keterangan :

Y = CSDI

X1 = Kepemilikan Institusional

X2 = Kepemilikan Manajemen

X3 = Kepemilikan Asing

X4 = *Size*

X5 = *Leverage*

X6 = *ROA*

β = Koefisien regresi

e = error

Berikut ini merupakan beberapa persyaratan untuk menyatakan bahwa sebuah hipotesis dapat diterima:

1. Data distribusi secara normal.
2. Memenuhi uji satu sisi.
3. Model regresi harus layak. Kelayakan ini diketahui jika angka signifikansi pada ANOVA sebesar < 0.05 (Hipotesis diterima).

4. Nilai Standardized coefficient beta positif.
5. Koefisien regresi harus signifikan. Pengujian dilakukan dengan Uji T. Koefisien regresi signifikan jika $T_{hitung} > T_{tabel}$.
6. Tidak terjadi multikolinearitas, artinya tidak boleh terjadi korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah antar variabel independen.
7. Tidak terjadi autokorelasi

3.5.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi dinyatakan dengan R² pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi berada diantara 0 dan 1. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali,2007). Nilai R² digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variabel independen, tapi karena R² mengandung kelemahan mendasar yaitu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan model, maka penelitian ini menggunakan adjusted R² berkisar antara 0 dan 1. Jika nilai adjusted R² semakin mendekati 1 maka semakin baik kemampuan model tersebut dalam menjelaskan variabel dependen dan sebaliknya.

3.5.3.3 Uji Pengaruh Simultan (F test)

Menurut Ghozali (2007), F test pada dasarnya menunjukkan bahwa semua variabel independen yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Hipotesis yang hendak di uji adalah sebagai berikut:

Ho : suatu variabel bebas bukan merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel terikat.

Ha : suatu variabel bebas merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel terikat.

Pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Membandingkan F tabel dengan F hitung. Jika F hitung lebih besar dari tabel maka Ha diterima.
2. Menggunakan significant level 0,05 atau $\alpha=5\%$. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka Ha diterima, yang berarti koefisien regresi signifikan. Ini berarti bahwa secara simultan kedua variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dan sebaliknya.

3.5.3.4 Uji Parsial (t test)

Menurut Ghozali (2007), t test pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Hipotesis yang hendak di uji adalah sebagai berikut:

Ho : suatu variabel bebas bukan merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel terikat

Ha : suatu variabel bebas merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel terikat.

Pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Membandingkan t tabel dengan t hitung. Jika t hitung lebih besar dari t tabel maka Ha diterima.
2. Menggunakan significant level 0,05 atau $\alpha=5\%$. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka Ha diterima, yang berarti koefisien regresi signifikan. Ini berarti bahwa secara parsial kedua variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dan sebaliknya.