

**PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN, LEVERAGE,
DEWAN KOMISARIS TERHADAP PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN
KINERJA PERUSAHAAN**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

MENDY DAMARA

NIM. C2C607096

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2012**

PERSETUJUAN SKRIPSI

N a m a : MENDY DAMARA
N I M : C2C607096
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Akuntansi
Judul Skripsi : **PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN,
LEVERAGE, DEWAN KOMISARIS TERHADAP
PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY DAN KINERJA PERUSAHAAN**
Dosen Pembimbing : Drs. Dul Muid, M.Si, Akt.

Semarang, 12 September 2012

Dosen Pembimbing I

Drs. Dul Muid, M.Si, Akt.
NIP. 19650513.199.403.1002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

N a m a : MENDY DAMARA
N I M : C2C607096
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Akuntansi
Judul Skripsi : **PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN,
LEVERAGE, DEWAN KOMISARIS TERHADAP
PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY DAN KINERJA
PERUSAHAAN**

Telah dinyatakan lulus pada tanggal 24 September 2012

Tim Penguji

1. Drs. Dul Muid, M.Si, Akt. (.....)
2. Prof. Dr. H. Abdul Rohman, SE, M.Si, Akt. (.....)
3. Drs. Agustinus Santosa Adiwibowo, M.Si, Akt. (.....)

PERNYATAAN ORSINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Mendy Damara, menyatakan bahwa skripsi dengan judul PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN, LEVERAGE, DEWAN KOMISARIS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN KINERJA PERUSAHAAN adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat suatu pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

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

Semarang, September 2012
Yang membuat pernyataan,

Mendy Damara
NIM: C2C607096

ABSTRACT

Together with awareness and sensitivity from company's stakeholders so that the concept of corporate social responsibility (CSR) appears and become parts that can not be separated with the lives of companies in the future. CSR gives different concept which that company by voluntary contributes something for the sake of better people and cleaner environment. The goal of this research are : to test empirically the influence of management ownership, institution ownership, foreign ownership, leverage, independent commissary on CSR disclosure, and to test the influence of CSR disclosure on company's activities.

Populations in this research are manufacturer companies that listed in Indonesia Stock Exchanges in 2009 to 2011. The sample was taken by purposive sampling method, and total samples are 159 companies. The kind of data was used here are secondary data with gathering_documentation data. Analysis instrument uses linear regression.

The results of this research are : institutional ownership had influence on CSR disclosure, management ownership had no influence on CSR disclosure, foreign ownership had no influence on CSR disclosure, leverage that measured with debt to equity had negative influence on CSR disclosure, independent commissary had influence on CSR disclosure, CSR disclosure had influence on company's activities. This condition happens because of CSR activities had significant productive impacts on company's efficiency, technical change, and economic scale.

Keywords : Ownership Structure, Leverage, Independent Commissary, Corporate Social Responsibility (CSR), and Company's Activities

ABSTRAK

Seiring dengan dengan meningkatnya kesadaran dan kepekaan dari *stakeholder* perusahaan maka konsep tanggung jawab sosial muncul dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang. Tanggung jawab perusahaan memberikan konsep yang berbeda dimana perusahaan tersebut secara sukarela menyumbangkan sesuatu demi masyarakat yang lebih baik dan lingkungan hidup yang lebih bersih. Tujuan dalam penelitian ini adalah : Untuk menguji secara empiris pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, leverage, ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR, serta untuk menguji pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan.

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2009 – 2011. Penentuan sampel dengan *purposive sampling*, dengan jumlah sampel yang diperoleh 159 perusahaan. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder dengan metode pengumpulan data dokumentasi. Alat analisis yang dipergunakan adalah regresi berganda.

Hasil dari penelitian ini adalah : Kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, leverage yang diukur dengan *debt to equity* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial, Pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Kondisi ini terjadi karena aktivitas CSR memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap efisiensi, perubahan teknikal, dan skala ekonomi perusahaan.

Kata Kunci : Struktur Kepemilikan, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris, Corporate Social Responsibility (CSR), dan Kinerja Perusahaan

KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT atas segala nikmat dan hidayah-Nya, Tuhan Semesta Alam yang senantiasa memberikan petunjuk, Sang Penggengam Hati yang senantiasa memberikan kekuatan dan pertolongan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Sholawat dan Salam senantiasa tercurah kepada Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya yang selalu berjuang mengikuti risalahnya. Dan semoga kita termasuk di antara mereka, ummat yang selalu memperjuangkan Islam dan mampu meneladani Beliau.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan dan masukan dari semua pihak. Untuk itu disampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si, Ph.D, Akt., selaku Dekan Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
2. Prof. Dr. H. Abdul Rohman, SE, M.Si, Akt., selaku dosen wali.
3. Bapak Drs. Dul Muid, M.Si, Akt., selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan waktu dan perhatiannya untuk membimbing dan memberikan tambahan ilmu, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Segenap Dosen di Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan sebagai dasar untuk menyusun skripsi ini.

5. Seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
6. Keluarga tercinta dan sahabat terbaik mama, almarhum papa, bude Ani, Lucinda, Avissa, Dhaifur, Arditya, Lavluna, Cleandra, terima kasih untuk kasih sayang, nasehat, semangat dan doa yang tak pernah putus serta telah mengorbankan apapun demi tercapainya cita-cita.
7. Teman-teman seperjuangan Renny, Ayu, Dilla dan Putri, terima kasih untuk dukungan semangat, doa, waktu dan pengertian kalian yang sangat berarti.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang membantu kelancaran penelitian ini, semoga Allah memberikan balasan yang lebih baik.

Disadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan membutuhkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak yang dapat dipergunakan untuk memperbaiki skripsi ini maupun bahan perbaikan untuk penelitian selanjutnya. Semoga karya kecil ini dapat bermanfaat, khususnya dan pembaca pada umumnya.

Semarang, 12 September 2012

Mendy Damara

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

-MOTTO-

“Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan”

(QS Al-Insyirah : 6)

*“Barang Siapa Berjalan Untuk Menuntut Ilmu Maka Allah
Akan Memudahkan Baginya Jalan Ke Surga”*

(hr. MUSLIM)

*“ Allah Beri Cobaan Untuk Ajarkan Kita Untuk Selalu
Percaya Kepada-Nya. Jika Kita Jatuh, Allah Tidak Pernah
Biarkan Umat-Nya Terpuruk Terlalu Lama ”*

(hr. MUSLIM)

-PERSEMBAHAN-

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

**Kedua Orang Tuaku, keluarga, orang tersayang,
dan teman-teman.**

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Teori Legitimasi	13
2.1.2 Teori Agensi	14
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility</i>	15
2.1.4 Struktur Kepemilikan	20
2.1.5 Leverage	21
2.1.6 Dewan Komisaris Independen	24
2.1.7 Kinerja Perusahaan	25
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Pikir	28
2.4 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Variabel Penelitian	34
3.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	34
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.4 Jenis dan Sumber Data	37
3.5 Metode Pengumpulan Data	37
3.6 Teknik Analisis Data	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Perusahaan Sampel	47
4.2 Statistik Deskriptif	47
4.3 Uji Penyimpangan Asumsi Klasik	51
4.4 Persamaan Regresi	58
4.5 <i>Goodness of Fit</i>	59
4.5.1 Uji F	59
4.5.2 Koefisien Determinasi	60
4.6 Pengujian Hipotesis	62
4.7 Pembahasan	64
BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Keterbatasan	70
5.3 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 4.1 Distribusi Sampel	47
Tabel 4.2 Deskriptif Statistik	48
Tabel 4.3 Normalitas Data Model Regresi 1	51
Tabel 4.4 Normalitas Data Model Regresi 1	51
Tabel 4.5 Normalitas Data Model Regresi 2	53
Tabel 4.6 Multikolinearitas	54
Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Uji Gletjer Model Regresi 1 dan 2	55
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Uji Autokorelasi Model regresi 1 dan 2	56
Tabel 4.9 Model Persamaan Regresi	58
Tabel 4.10 Hasil Uji F	60
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi Model Regresi 1	61
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi Model Regresi 2	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir	29
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Durbin Watson Regresi 1.....	57
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Durbin Watson Model Regresi 2	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Tabulasi Data

Lampiran 2 : Hasil Pengolahan Data SPSS

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan pesatnya perkembangan sektor dunia usaha sebagai akibat globalisasi, berbagai kalangan swasta, organisasi masyarakat, dan dunia pendidikan berupaya merumuskan dan mempromosikan bentuk-bentuk tanggung jawab sosial sektor usaha mereka dalam hubungannya dengan masyarakat dan lingkungan. Bentuk tekanan globalisasi tersebut dapat berupa tekanan dari pihak-pihak ketiga sebagai partner perusahaan serta pemerintah dan masyarakat.

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan sebenarnya telah mulai dikenal sejak awal tahun 1970an, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktek yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan; serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibiliy (CSR)*, muncul sebagai akibat adanya kenyataan bahwa pada dasarnya karakter alami dari setiap perusahaan adalah mencari keuntungan semaksimal mungkin tanpa memperdulikan kesejahteraan karyawan, masyarakat dan lingkungan alam (Jonathan, 2007).

Seiring dengan dengan meningkatnya kesadaran dan kepekaan dari *stakeholder* perusahaan maka konsep tanggung jawab sosial muncul dan

menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang. Tanggung jawab perusahaan memberikan konsep yang berbeda dimana perusahaan tersebut secara sukarela menyumbangkan sesuatu demi masyarakat yang lebih baik dan lingkungan hidup yang lebih bersih.

Menurut hasil riset *Public Interest Research and Advocacy Center* (PIRAC) (2003), bidang yang paling banyak diprioritaskan oleh kalangan dunia usaha adalah pelayanan kesehatan (82%), keagamaan (61%) dan pendidikan (57%). Derajat kesehatan sangat menentukan tingkat produktivitas karyawan perusahaan maupun kemampuan masyarakat untuk meningkatkan pendidikan maupun pendapatan keluarga. Perusahaan di Indonesia harus mulai mengusung aktivitas tanggung jawab sosial mereka terutama bidang kesehatan, seperti revitalisasi posyandu, pendidikan keluarga sehat, pencegahan penyakit, program sanitasi dan program lainnya secara berkala dan berkesinambungan (Harry, 2007).

Menurut Bank Dunia, Tanggung jawab sosial perusahaan terdiri dari beberapa komponen utama: perlindungan lingkungan, jaminan kerja, hak azasi manusia, interaksi dan keterlibatan perusahaan dengan masyarakat, standar usaha, pasar, pengembangan ekonomi dan badan usaha, perlindungan kesehatan, kepemimpinan dan pendidikan, bantuan bencana kemanusiaan.

CSR memang tidak memberikan hasil keuangan dalam jangka pendek. Namun *CSR* akan memberikan hasil baik langsung maupun tidak langsung pada keuangan perusahaan di masa mendatang. Dengan demikian apabila perusahaan

melakukan program-program *CSR* diharapkan keberlanjutan perusahaan akan terjamin dengan baik. Oleh karena itu, program-program *CSR* lebih tepat apabila digolongkan sebagai investasi dan harus menjadi strategi bisnis dari suatu perusahaan.

Menghadapi tren global dan resistensi masyarakat sekitar perusahaan, maka sudah saatnya setiap perusahaan memandang serius pengaruh dimensi sosial, ekonomi dan lingkungan dari setiap aktivitas bisnisnya, serta berusaha membuat laporan setiap tahunnya kepada stakeholdernya. Laporan bersifat non financial yang dapat digunakan sebagai acuan oleh perusahaan dalam melihat dimensi sosial, ekonomi dan lingkungannya.

Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan seperti kepemilikan institusional, kepemilikan manajemen, leverage perusahaan, jenis usaha dan lain-lain. Berbagai macam penelitian yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga telah banyak dilakukan dan menunjukkan keanekaragaman hasil. Dalam penelitian tersebut menghasilkan bukti yang mendukung maupun menentang adanya hubungan yang signifikan antara karakter perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Belkaoui (1989) menemukan hasil (1) pengungkapan sosial mempunyai hubungan yang positif dengan kinerja sosial perusahaan yang berarti bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkannya dalam laporan sosial, (2) ada hubungan positif antara pengungkapan sosial dengan visibilitas politis, dimana perusahaan besar yang cenderung diawasi akan lebih

banyak mengungkapkan informasi sosial dibandingkan perusahaan kecil, (3) ada hubungan negatif antara pengungkapan sosial dengan tingkat *financial leverage*, hal ini berarti semakin tinggi rasio utang/modal semakin rendah pengungkapan sosialnya karena semakin tinggi tingkat *leverage* maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit. Sehingga perusahaan menyajikan luas pengungkapan yang lebih tinggi tentang pengungkapan tanggungjawab sosial untuk memberikan kepercayaan kepada publik.

Ketidakkonsistenan hasil dan hubungan antara pengukuran tanggungjawab sosial perusahaan dengan laba merupakan hal yang sulit untuk dipahami, maka beberapa peneliti telah meneliti tentang ruang lingkup pengungkapan sosial ini seperti, Belkaoui (1989) meneliti tentang adanya hubungan antara pengungkapan sosial dengan visibilitas politis yang terdiri dari ukuran perusahaan dan tipe industri, dimana perusahaan besar yang cenderung diawasi akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial dibandingkan perusahaan kecil. Sedangkan Anjuna (1983) dalam Greay *et. al.*, (2001) tidak menemukan hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Untuk hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan sosial, Hackston dan Milne (1996) menemukan hubungan yang signifikan tetapi Greay *et. al.*, (2001) menemukan hubungan yang bervariasi setiap tahunnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Cormier dan Magnan (1999) menemukan hubungan yang signifikan antara tingkat *leverage* dengan pengungkapan sosial.

Tetapi penelitian yang dilakukan oleh Suda dan Kokubu *et. al.*, (2001) dalam Fitriany (2001), tidak menemukan hubungan yang positif antara kedua variable tersebut. Keanekaragaman hasil tersebut sebagian disebabkan karena model yang dikembangkan merupakan model yang sangat sederhana dan pengukuran yang digunakan juga tidak konsisten (Belkaoui dan Karpik, 1989). Sedangkan yang berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Coler dan Gregory (1999) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan *Chief Executive Officer* (CEO) dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya.

Penelitian tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan di Indonesia dilakukan oleh Sembiring (2006), dengan menggunakan variabel bebas ukuran perusahaan, profitabilitas, profile perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan leverage. Hasil dari penelitian adalah ukuran perusahaan, profile dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan profitabilitas dan leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Rawi dan Muchlish (2010), membuktikan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh signifikan terhadap CSR, sedangkan kepemilikan institusional dan leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Rustiarini (2010), memberikan hasil CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan corporate governance (komite audit, komisaris independen)

berpengaruh terhadap CSR. Devina, Suryanto dan Zulaikha (2004), menggunakan variabel bebas ukuran perusahaan, tipe industri, profitabilitas dan jenis kepemilikan perusahaan. Hasil dari penelitian adalah ukuran perusahaan, tipe industri, berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial, sedangkan profitabilitas dan jenis kepemilikan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial. Penelitian Machmud dan Djakman (2008), memberikan bukti empiris bahwa kepemilikan asing dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Penelitian Dahlia dan Siregar (2008), memberikan bukti empiris bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, akan tetapi CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pasar.

Penelitian ini adalah replikasi dari penelitian Rawi dan Muchlish (2010), yang menggunakan variabel bebas kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, dan leverage. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian Rawi dan Muchlish (2010), adalah adanya penambahan variabel bebas, yaitu komisaris independen (Rustiarini, 2010), kepemilikan asing oleh (Machmud dan Djakman, 2008), dan variabel terikat yaitu kinerja perusahaan (Dahlia dan Siregar, 2008). Dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dewan Komisaris sebagai organ perusahaan bertugas dan bertanggungjawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada Direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan GCG dalam melakukan *corporate social responsibility*.

Corporate social responsibility (CSR) merupakan klaim agar perusahaan tak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholders*), tapi juga untuk kemaslahatan pihak *stakeholders* dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, lembaga sosial masyarakat, konsumen, dan lingkungan. *Global Compact Initiative* (2002) menyebut pemahaman ini dengan 3P (*profit, people, planet*), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga menyejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini (Nugroho, 2007).

Berdasarkan uraian di atas, maka judul dalam penelitian ini adalah :
PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN, LEVERAGE, DEWAN
KOMISARIS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY DAN KINERJA PERUSAHAAN

1.2. Rumusan Masalah

Seiring dengan pesatnya perkembangan sektor dunia usaha sebagai akibat globalisasi, berbagai kalangan swasta, organisasi masyarakat, dan dunia pendidikan berupaya merumuskan dan mempromosikan bentuk-bentuk tanggung jawab sosial sektor usaha mereka dalam hubungannya dengan masyarakat dan lingkungan. Bentuk tekanan globalisasi tersebut dapat berupa tekanan dari pihak-pihak ketiga sebagai partner perusahaan serta pemerintah dan masyarakat. Tekanan pemerintah ditunjukkan dengan adanya surat keputusan Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) nomer Kep-38/PM/1996 tentang pengungkapan wajib dan pengungkapan sukarela. Peraturan tersebut didukung oleh Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar

Akuntansi Keuangan (PSAK) no. 1 (revisi 2009) paragraf sembilan secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggungjawab akan masalah sosial:

”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 peran penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang emmegang peranan penting”.

Dari pernyataan di atas, menunjukkan manifestasi akan kepedulian akuntansi akan masalah-masalah sosial yang merupakan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Permasalahan terjadi karena ada perusahaan yang mengungkapkan CSR, akan tetapi ada juga perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR, seperti pada tahun 2010, jumlah perusahaan manufaktur yang mengungkapkan CSR adalah 63 perusahaan atau 43,15 %, sedangkan sisanya 56,85 % tidak mengungkapkan CSR.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah faktor apakah yang mempengaruhi perusahaan mengungkapkan CSR, sehingga secara terperinci pertanyaan penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di BEI periode 2009 – 2011 ?
2. Bagaimana pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di BEI periode 2009 – 2011 ?
3. Bagaimana pengaruh kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di BEI periode 2009 – 2011 ?

4. Bagaimana pengaruh leverage terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di BEI periode 2009 – 2011 ?
5. Bagaimana pengaruh dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di BEI periode 2009 – 2011 ?
6. Bagaimana pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan manufaktur di BEI periode 2009 – 2011 ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan diperoleh dari penulisan karya ilmiah ini adalah ssebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di BEI periode 2009 – 2011.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di BEI periode 2009 – 2011.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di BEI periode 2009 – 2011.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh leverage terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di BEI periode 2009 – 2011

5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di BEI periode 2009 – 2011.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan manufaktur di BEI periode 2009 – 2011.

1.4. Kegunaan Penelitian

a. Bagi Penulis

Penulis dapat lebih mengetahui dan memahami penerapan CSR bagi perusahaan, masyarakat dan pemerintah serta letak penting CSR dalam dunia usaha khususnya dalam persaingan bisnis.

b. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini perusahaan diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pengungkapan sosial di dalam laporan tahunan perusahaan dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.

c. Bagi Investor / Kreditor

Penelitian ini berguna bagi investor maupun kreditor sebagai bahan pertimbangan awal untuk membuat keputusan dalam menanamkan modalnya.

d. Bagi Pembaca

Sebagai pengetahuan tambahan agar para pembaca memahami pentingnya interaksi perusahaan dengan lingkungan dan masyarakat

sehingga terjalin hubungan yang saling menguntungkan yang pada akhirnya dapat menciptakan iklim perekonomian dan sosial yang lebih baik.

1.5. Sistematika Penulisan

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

BAB I: Pendahuluan

Pada Bab I dijelaskan tentang latar belakang permasalahan yang dipilih dalam penelitian, perumusan masalah penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan dalam penelitian skripsi.

BAB II: Telaah Pustaka

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

BAB III : Metode Penelitian

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

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

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

BAB V : Penutup

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

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

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

2.1.1. Teori Legitimasi

Definisi teori legitimasi adalah suatu kondisi atau status, yang ada ketika suatu sistem nilai perusahaan kongruen dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih besar di mana perusahaan merupakan bagiannya. Ketika suatu perbedaan yang nyata atau potensial, ada antara kedua sistem nilai tersebut, maka akan muncul ancaman terhadap legitimasi perusahaan (Saidi, 2004).

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

2.1.2. Teori Agensi

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

Jensen and Meckling, (1976) dalam Saidi (2004) menjelaskan teori agensi adalah teori yang menjelaskan tentang hubungan antara *principal* dan agen. Teori agensi menyatakan bahwa hubungan keagenan timbul ketika salah satu pihak (*principal*) memberi kuasa kepada pihak lain (agen) untuk melakukan beberapa jasa untuk kepentingannya yang melibatkan pendelegasian beberapa otoritas pembuatan keputusan kepada agen. Dalam kontrak ini agen berkewajiban untuk melakukan hal-hal yang memberikan manfaat dan meningkatkan kesejahteraan *principal*.

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

2.1.3 Corporate Social Responsibility

Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan social ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004).

CSR didefinisikan sebagai suatu komitmen yang berkelanjutan oleh para pebisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi pada pengembangan ekonomi, bahkan meningkatkan kualitas hidup bagi tenaga kerja dan keluarganya dan masyarakat luas. Ada empat manfaat yang diperoleh bagi perusahaan dengan mengimplementasikan CSR. *Pertama*, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat luas. *Kedua*, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap kapital (modal). *Ketiga*, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. *Keempat*, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*) (Efendi, 2007).

Archie B Carrol (1997) dalam Saidi (2000) mengembangkan konsep piramida tanggung jawab social perusahaan yang terdiri atas empat jenjang yaitu:

- a. *Pertama* : tanggung jawab ekonomis

Sebuah perusahaan harus menghasilkan laba dan harus memiliki nilai tambah sebagai prasyarat untuk berkembang. Laba adalah pondasi bagi kehidupannya. Inti : ***Make a Profit***

- b. *Kedua* : tanggung jawab legal.

Dalam tujuannya mencari laba tersebut, perusahaan harus mentaati hukum. Upaya melanggar hukum untuk memperoleh laba harus ditentang.

Inti : ***Obey the Law***

- c. *Ketiga* : tanggung jawab etis.

Perusahaan berkewajiban menjalankan hal yang baik dan benar, adil dan fair. Perusahaan harus menghindarkan diri dari praktek yang bertentangan dengan nilai-nilai tersebut. Norma-norma masyarakat perlu menjadi rujukan bagi langkah-langkah bisnis perusahaan.

Inti : ***Be Ethical***

- d. *Keempat* : tanggung jawab filantropi.

Mensyaratkan perusahaan untuk memberi kontribusi kepada publik.

Tujuannya adalah meningkatkan kualitas kehidupan semua.

Inti : ***Be a good corporate citizen***

Setiap perusahaan wajib memberikan perhatian yang serius kepada masalah tanggung jawab sosial, karena terbukti bahwa tanggung jawab sosial perusahaan memiliki peranan yang signifikan dalam keberhasilan perusahaan di masa yang akan datang. Disamping itu, tanggung jawab

sosial perusahaan dapat menyeimbangkan perusahaan dalam mencapai tujuan komersil dan tujuan non komersial..

Pada prinsipnya, proses penerapan CSR di perusahaan mencakup lima elemen dasar, yakni triple bottom line (keuangan, sosial, dan lingkungan), license to operate, business sustainability, pure philanthropy, dan caused-related marketing. Berikut adalah hal-hal yang dapat memotivasi perusahaan melakukan implementasi CSR : (Saidi, 2004:69).

- a. ***Corporate charity*** : dorongan amal berdasarkan motivasi keagamaan.
- b. ***Corporate philanthropy*** : dorongan kemanusiaan yang biasanya bersumber dari norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan pemerataan sosial.
- c. ***Corporate citizenship*** : motivasi kewargaan demi mewujudkan keadilan sosial berdasarkan prinsip keterlibatan sosial

Setidaknya ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha harus merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya. Pertama, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Ketiga, kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial.

CSR akan menjadi strategi bisnis yang inheren dalam perusahaan untuk menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan kesetiaan merek produk (loyalitas) atau citra perusahaan. Kedua hal tersebut akan menjadi keunggulan kompetitif perusahaan yang sulit untuk

ditiru oleh para pesaing. Di lain pihak, adanya pertumbuhan keinginan dari konsumen untuk membeli produk berdasarkan kriteria-kriteria berbasis nilai-nilai dan etika akan merubah perilaku konsumen di masa mendatang.

Implementasi kebijakan CSR adalah suatu proses yang terus menerus dan berkelanjutan. Dengan demikian akan tercipta satu ekosistem yang menguntungkan semua pihak (*true win win situation*) - konsumen mendapatkan produk unggul yang ramah lingkungan, produsen pun mendapatkan profit yang sesuai yang pada akhirnya akan dikembalikan ke tangan masyarakat secara tidak langsung.

CSR ini ada dua jenis yaitu keluar dan ke dalam. CSR di dalam lingkungan perseroan misalnya keamanan, kesehatan, dan keselamatan kerja bagi para pekerja (K3). Sedangkan CSR di luar lingkungan perseroan misalnya community development, pengelolaan limbah, pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup.

Dalam teknis pelaksanaannya, CSR harus dirancang dalam rencana kerja tahunan. Rencana ini juga perlu mencantumkan anggaran yang dibutuhkan. Anggaran itu disusun dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran serta diperhitungkan sebagai biaya perseroan. Salah satu komponen CSR adalah triple bottom line.

Triple bottom line atau sering disebut sebagai prinsip 3P (People, Planet, Profit) secara konsisten mendorong keseimbangan tiga sector utama yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan. Pentingnya kaitan / sinergi antara ketiga aspek tersebut menjadikan triple bottom line dijadikan strategi bisnis. Untuk dapat mencapai keseimbangan antara ketiga aspek secara

maksimal harus didukung oleh adanya kerjasama yang bersifat membangun/ konstruktif baik antara elemen sosial, pemerintah bisnis dan masyarakat sipil.

UNDP (1997) dalam Akira (2012) mengatakan bahwa kerjasama tersebut sering dipahami sebagai kerjasama tiga sektor (*three sector partnership*).

- a. *People*: dalam menjalankan kegiatannya, perusahaan harus memperhatikan komponen ini yang dapat diukur dari bentuk penerimaan masyarakat terhadap keberadaan kegiatan perusahaan di sekitarnya. Komponen ini merupakan bentuk sosial pertama yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Keberadaan perusahaan harus bermanfaat bagi masyarakat baik lokal maupun nasional, serta tidak melanggar hak-hak mereka.
- b. *Planet*: disamping komponen manusia, perusahaan juga harus dengan sungguh-sungguh memperhatikan dampak kegiatan operasinya terhadap lingkungan sesuai dengan prinsip pengelolaan lingkungan yang baik dan bertanggung jawab.
- c. *Profit*: komponen terakhir adalah keuntungan yang harus dicari oleh perusahaan agar memberi manfaat bagi karyawan melalui kesejahteraan yang wajar; pemasukan ke pemerintah melalui pajak dan non pajak; remunerasi ke pemegang saham melalui pengembalian keuntungan yang memadai atas investasinya. Keuntungan juga pada akhirnya akan memberi peluang ikatan berkepanjangan dengan mitra bisnisnya,

menyediakan barang atau jasa yang sesuai antara kualitas dan harga kepada konsumennya, dan untuk masyarakat luas akan memberi manfaat perkembangan ekonomi umum secara langsung maupun tidak langsung.

(Elkington, 1994)

Di tingkat internasional, ada banyak prinsip yang mendukung praktik CSR di banyak sektor. Misalnya *Equator Principles* yang diadopsi oleh banyak lembaga keuangan internasional. Untuk menunjukkan bahwa bisnis mereka bertanggung jawab, di level internasional perusahaan sebenarnya bisa menerapkan berbagai standard CSR seperti

1. *Account Ability* (AA1000) standard, berdasar pada prinsip *Triple Bottom Line* (*Profit, People, Planet*) yang digagas oleh John Elkington.
2. *Global Reporting Initiative* (GRI) panduan pelaporan perusahaan untuk mendukung pembangunan berkesinambungan yang digagas PBB lewat *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) & UNEP th 1997
3. *Social Accountability International* (SA) 8000 standard
4. *ISO 14000 environmental management standard*
5. ISO 26000

2.1.4 Struktur Kepemilikan

Jenis kepemilikan perusahaan dalam penelitian ini dimaksudkan sebagai tingkat kepemilikan saham, dimana dibedakan menjadi tiga, yaitu kepemilikan manajerial, kepemilikan instirusional, dan kepemilikan asing.

1. Kepemilikan Manajerial;

Modal nilai perusahaan yang menjadi hak pemilik. Bila perusahaan berbentuk perseroan, maka nilai perusahaan tersebut merupakan modal pemilik, yang dimiliki oleh satu orang. Jika perusahaan berbentuk perseroan (PT) maka terbagi dalam bentuk modal saham. Struktur perusahaan sangat penting dalam menentukan nilai perusahaan. Salah satu aspek kepemilikan yang perlu diperhatikan adalah kepemilikan pihak dalam. (Ukago, Ghozali dan Sugiyono, 2005)

Kesempatan manajemen yang sekaligus berfungsi sebagai pemilik dapat mencegah kemungkinan munculnya masalah agency. Hal ini disebabkan oleh dua alasan : (Ukago, Ghozali dan Sugiyono, 2005)

- 1) Kepemilikan manajemen (pihak dalam) akan menyelaraskan kepentingan antara manajemen dan pihak lainnya.
- 2) Kepemilikan perusahaan oleh manajemen (pihak dalam) juga akan mengarahkan keleluasaan manajer pada proses konsistensi dengan kepentingan pemilik.

2. Kepemilikan Institusi

Struktur kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak luar biasanya mempunyai prosentase kepemilikan lebih 50 %, sehingga pemilik perusahaan dari luar perusahaan mempunyai kekuatan yang besar dalam mempengaruhi kondisi dan hasil kerja perusahaan. Dengan adanya konsentrasi kepemilikan pihak luar maka akan mengubah pengelolaan oleh perusahaan yang semula berjalan dengan sekehendak hati menjadi perusahaan yang berjalan dengan pengawasan. Akibatnya keleluasaan manajemen menjadi terbatas. (Ukago, Ghozali dan Sugiyono, 2005).

3. Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing adalah jumlah presentase hak suara yang dimiliki oleh orang asing (Beiner et al, 2003). Dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator presentase jumlah saham yang dimiliki pihak asing dari seluruh modal saham yang beredar.

2.1.5 Leverage

Dasar kebijakan pendanaan berkaitan dengan sumber dana, baik itu sumber internal maupun sumber eksternal. Penggunaan dana eksternal bagi suatu perusahaan tersebut juga tersegmentasi berdasarkan pada hal-hal berikut, bahwa :

1. Perusahaan yang paling beresiko (*riskier firms*) (umumnya perusahaan yang baru berdiri) akan sulit memperoleh pendanaan atau dibatasi dalam mengeluarkan modal saham.

2. Perusahaan yang masuk kategori lebih aman (*safer firms*) akan bisa memperoleh kredit bank, yang memberikan fleksibilitas biaya modal yang cukup murah dari dana yang dibutuhkan.
3. Perusahaan yang masuk kategori paling aman (*the safest firms*) lebih memilih menggunakan instrumen pasar modal untuk menerbitkan saham baru dan menghindari pembayaran biaya intermediasi (biaya bunga).

Riyanto (1995) memberikan konsep penting bahwa struktur modal adalah pembelanjaan permanen di mana mencerminkan perimbangan antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri, yang dalam penelitian ini menjadi proksi struktur modal yang dinyatakan dalam bentuk rasio yang lebih dikenal sebagai *Debt to Equity Ratio (DER)*.

Struktur modal (*capital structure*) merupakan penggabungan antara hutang (*debt*) dengan modal (*equity*), dikaitkan dengan struktur keuangan jangka panjang perusahaan. Dua pertanyaan penting yang dikaitkan dengan struktur modal adalah (1) Apakah struktur modal itu penting, apakah total nilai saham perusahaan dapat diturunkan atau ditingkatkan dengan merubah campuran antara pembiayaan hutang dengan modal? dan (2) Jika struktur modal penting, apa faktor dominan yang menentukan campuran optimal antara hutang dan modal yang dapat meningkatkan nilai pasar perusahaan dan meminimalkan *cost of capital (COC)* (Riyanto, 1995).

Akademisi dalam bidang keuangan belum dapat memberikan jawaban yang tepat mengenai pertanyaan diatas, walaupun struktur modal sudah menjadi topik riset selama hampir 4 dekade. Berdasarkan penelitian dan bukti empiris yang

terjadi, maka fenomena struktur modal yang terjadi, baik dalam industri maupun negara yang berbeda memperlihatkan adanya pola-pola tertentu yang dapat diobservasi. Semakin terkonsentrasi kepemilikan maka semakin banyak hutang yang diperlukan dan dapat ditoleransi. Manajer perusahaan yang mempunyai kepemilikan dalam perusahaan, akan cenderung memilih pembiayaan dengan hutang untuk mengurangi dilusi kepemilikan pada saham mereka (Ang, 1997).

Jika tidak terdapat *agency problem* yang berhubungan dengan pembiayaan hutang maka hutang menjadi instrumen keuangan yang dominan. *Agency cost of debt* timbul karena adanya *risk incentives* dan kebangkrutan. *Stockholders* mempunyai insentif untuk mengambil proyek dengan resiko tinggi dengan mengorbankan *debholders*, asalkan transfer kekayaan yang terjadi lebih besar dibandingkan dengan penurunan nilai proyek (Ang, 1997).

Struktur modal dalam penelitian ini diukur dari *Debt to Equity ratio* (DER) dikarenakan DER mencerminkan besarnya proporsi antara total debt (total hutang) dan total *shareholder's equity* (total modal sendiri). *Total debt* merupakan total *liabilities* (baik utang jangka pendek maupun jangka panjang); sedangkan *total shareholders' equity* merupakan total modal sendiri (total modal saham yang disetor dan laba yang ditahan) yang dimiliki perusahaan. Rasio ini menunjukkan komposisi dari total hutang terhadap total ekuitas. Semakin tinggi DER menunjukkan komposisi total hutang semakin besar dibanding dengan total modal sendiri, sehingga berdampak semakin besar beban perusahaan terhadap pihak luar (kreditur) (Ang, 1997).

2.1.6 Dewan Komisaris Independen

Dewan komisaris merupakan bagian dari corporate governance. Jensen (1993) dan Lipton dan Lorsch (1992) dalam Sembiring (2006) merupakan yang pertama menyimpulkan bahwa ukuran dewan komisaris merupakan bagian dari mekanisme corporate governance. Dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dewan Komisaris sebagai organ perusahaan bertugas dan bertanggungjawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada Direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan GCG.

Ukuran dewan komisaris yang dimaksud disini adalah banyaknya jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan. Menurut Coller dan Gregory (1999) dalam Sembiring (2006) semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, semakin mudah untuk mengendalikan Chief Executives Officer (CEO) dan semakin efektif dalam memonitor aktivitas manajemen.

Fungsi service menyatakan bahwa dewan (komisaris) dapat memberikan konsultasi dan nasehat manajemen (dan direksi). Penelitian Lorsch dan MacIver (1989) dalam Sembiring (2006) yang berbasis wawancara menemukan bahwa peranan pemberian saran (advisory) mendominasi aktivitas anggota dewan. Dengan menekankan pada fungsi ini, Dalton dan Daily (1999) dalam Sembiring, (2006) menyatakan bahwa peranan keahlian atau konseling yang diberikan oleh anggota dewan tersebut merupakan suatu jasa yang berkualitas bagi manajemen dan perusahaan yang tidak dapat diberikan oleh pasar. Anggota dewan komisaris

yang mempunyai keahlian dalam bidang tertentu juga dapat memberikan nasehat yang bernilai dalam penyusunan strategi dan penyelenggaraan perusahaan.

Fungsi kontrol yang dilakukan oleh dewan (komisaris) diambil dari teori agensi.

Dari persepektif teori agensi, dewan komisaris mewakili mekanisme internal utama untuk mengontrol perilaku oportunistik manajemen sehingga dapat membantu menyalurkan kepentingan pemegang saham dan manajer.

2.1.7 Kinerja Perusahaan

Kinerja sebuah perusahaan merupakan suatu tampilan keadaan perusahaan selama periode tertentu. Untuk menilai kinerja perusahaan, maka dibutuhkan informasi karena informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi para investor dalam pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan ini berkaitan dengan pemilihan portofolio investasi yang paling menguntungkan dengan tingkat resiko tertentu. Informasi dapat mengurangi ketidakpastian yang terjadi sehingga kepentingan yang diambil diharapkan akan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai. Menurut Sihasale (2001) pada intinya penilaian kinerja perusahaan yang GO Publik merupakan suatu informasi yang penting bagi pemodal sebelum mereka mengambil keputusan untuk menanamkan modal pada suatu perusahaan.

Kinerja perusahaan dapat diukur dari laporan keuangan yang dikeluarkan secara periodik, yang memberikan suatu gambaran tentang posisi keuangan. Info yang terkandung dalam laporan keuangan akan digunakan pihak-pihak tertentu seperti Investor, Kreditur, Manajer, Calon kreditur, Karyawan, Pemerintah dan Masyarakat yang masing-masing mempunyai tujuan yang berbeda. Untuk menilai prestasi dan kondisi suatu perusahaan diperlukan ukuran – ukuran tertentu. Ukuran

yang sering digunakan adalah Rasio, yang menunjukkan hubungan antara 2 data keuangan perusahaan. Analisa berbagai rasio keuangan akan memberi pemahaman yang lebih baik terhadap prestasi dan kondisi keuangan dari pada analisa hanya terhadap laporan keuangan saja.

Pada umumnya ada 3 kelompok yang berkepentingan dengan rasio – rasio keuangan antara lain : (Hafids dan Halim, 2000)

- 1) Para pemegang saham dan calon yang menaruh perhatian utama tingkat keuntungan.
- 2) Para kreditur yang mengawasi perusahaan terhadap kemampuan membayar kewajiban-kewajiban financial (pendek / panjang).
- 3) Manajemen perusahaan merasa berkepentingan penuh terhadap keadaan keuangan perusahaan, karena mereka sadar bahwa hal-hal tersebut akan dinilai oleh pemilik dan kreditur. Sehingga manajemen perusahaan terdorong untuk selalu meningkatkan rasio – rasio yang dianggap baik.

Pada dasarnya macam / jumlah angka rasio sangat beragam, karena rasio dapat dibuat menurut kebutuhan penganalisa. Tujuan menganalisa adalah untuk mengetahui tingkat rentabilitas, solvabilitas, dan likuiditas dari suatu perusahaan, sehingga penggolongnya pun akan mengikuti tujuan tersebut.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian (Eddy Rismanda Sembiring, 2006), menguji pengaruh *size*, *profile* dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan informasi social. Hasil penelitian dengan alat analisis regresi berganda adalah *Size*, *profile* dan ukuran dewan komisaris mempunyai hubungan yang signifikan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan profitabilitas berpengaruh negatif.

Novita Machmud dan Charul D. Djakman (2008), menguji pengaruh kepemilikan asing, kepemilikan institusional terhadap pengungkapan informasi social. Hasil analisis dengan menggunakan regresi berganda adalah Kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

Lely Dahlia dan Silvia Veronica Siregar (2008), menguji pengaruh CSR terhadap pengungkapan informasi kinerja pasar dan kinerja perusahaan dengan variabel control leverage, size, beta, kesempatan bertumbuh. Hasil penelitian menunjukkan Kinerja pasar tidak berpengaruh terhadap CSR. Kinerja perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR.

Rawi dan Munawar Muchlish (2010), meneliti tentang pengaruh kepemilikan manajemen, kepemilikan institusi, leverage terhadap CSR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap CSR, Kepemilikan institusional dan leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR.

Ni Wayan Rustiarini (2010), meneliti tentang pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan variabel moderating dewan komisaris, komite audit, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap CSR. Kepemilikan institusional dan leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR.

TABEL 2.1
PENELITIAN TERDAHULU

No.	Peneliti (tahun)	Variable	Hasil
1.	Eddy Rismanda Sembiring (2006)	Variable Independen = <i>size, profile</i> dan ukuran dewan komisaris Variable Dependen = pengungkapan informasi sosial	<i>Size</i> , profile dan ukuran dewan komisaris mempunyai hubungan yang signifikan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan profitabilitas berpengaruh negative.
2.	Novita Machmud dan charul D. Djakman (2008)	Variable Independen = kepemilikan asing, kepemilikan institusional Variable Dependen = pengungkapan informasi sosial Variabel kontrol = <i>size</i> , tipe industri, status perusahaan	Kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

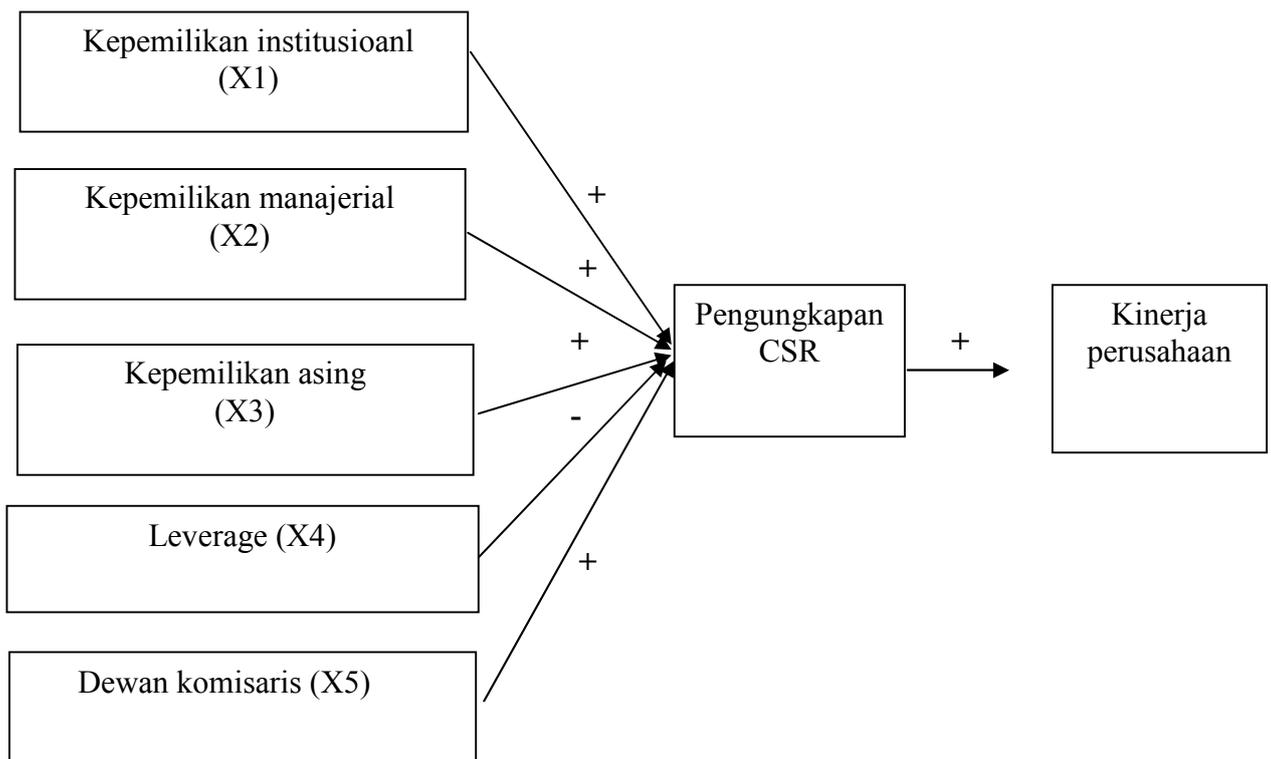
3.	Lely Dahlia dan Silvia Veronica Siregar (2008)	Variable Independen = CSR Variable Dependen = pengungkapan informasi kinerja pasar dan kinerja perusahaan Variabel control = leverage, size, beta, kesempatan bertumbuh	Kinerja pasar tidak berpengaruh terhadap CSR. Kinerja perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR
4.	Rawi dan Munawar Muchlish (2010)	Variable Independen = kepemilikan manajemen, kepemilikan institusi, leverage Variable Dependen = CSR	Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap CSR Kepemilikan institusional dan leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR
5.	Ni Wayan Rustiarini (2010)	Variable Independen = CSR Variabel moderating : dewan komisaris, komite audit, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional Variable Dependen = Nilai perusahaan	CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. GCG berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Corporate governance berpengaruh terhadap hubungan CSR dan nilai perusahaan

Penelitian ini adalah replikasi dari penelitian Rawi dan Muchlish (2010), yang menggunakan variabel bebas kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, dan leverage. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian Rawi dan Muchlish (2010), adalah adanya penambahan variabel bebas, yaitu komisaris independen (Rustiarini, 2010), kepemilikan asing oleh (Machmud dan Djakman, 2008), dan variabel terikat kinerja perusahaan (Dahlia dan Siregar, 2008).

2.3 Kerangka Pikir

Suatu perusahaan yang telah menjadi perusahaan public mempunyai kewajiban untuk mempublikasikan laporan keuangannya, dimana kandungan

laporan keuangan tersebut mencerminkan kinerja manajemen. Pengungkapan sosial merupakan pengungkapan yang tidak diwajibkan peraturan. Pengungkapan sosial merupakan pengungkapan bebas, dimana manajemen dapat memilih jenis informasi yang akan diungkapkan yang dipandang relevan untuk pengambilan keputusan bagi pihak-pihak pemakainya. Oleh karena itu penelitian dilakukan untuk mengetahui apakah struktru kepemilikan, leverage, dewan komisaris independent, komite audit, berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sehingga akan mempengaruhi kinerja perusahaan.



Gambar 2.1
Kerangka Pikir

2.4 Hipotesis

Berdasarkan pada penelitian-penelitian yang telah dilaksanakan dan diperoleh hasil yang berbeda-beda, maka penelitian ini dimaksudkan untuk menguji kembali variabel-variabel yang mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat dirumuskan ssebagai berikut :

Jenis kepemilikan perusahaan dalam penelitian ini dimaksudkan sebagai tingkat kepemilikan saham, dimana dibedakan menjadi dua, yaitu berbasis asing dan domestic. Perusahaan yang proporsinya kepemilikan saham sebagian besar dimiliki asing dikategorikan berbasis asing, sementara yang sebagian besar dimiliki domestik dikategorikan berbasis domestik.

Terdapat beberapa alasan perusahaan berbasis asing memberikan pengungkapan yang lebih dibandingkan perusahaan domestik (Muhammad Rizal Hasibuan, 2001). Pertama perusahaan asing mendapatkan pelatihan yang lebih baik dalam bidang akuntansi dari perusahaan induk di luar negeri, kedua perusahaan etrsebut mungkin mempunyai sistem informasi yang lebih efisien untuk memenuhi kebutuhan internal dan kebutuhan perusahaan induk, ketiga kemungkinan permintaan yang lebih besar pada perusahaan berbasis asing dari pelanggan, pemasok dan masyarakat umum. Penelitian yang dilakukan Nor Hadi dan Arifin Sabeni (2002), menunjukkan hasil bahwa jenis kepemilikan perusahaan memberikan hasil yang signifikan terhadap pengungkapan sosial perusahaan.

H₁ = Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

H₂ = Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

H₅ = Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Tingkat leverage adalah untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain. Perusahaan yang mempunyai proporsi utang lebih banyak dalam struktur permodalannya akan mempunyai biaya keagenan yang lebih besar. Oleh karena itu, perusahaan yang mempunyai leverage tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi krediturnya [Suripto dalam Amalia (2005)]. Semakin tinggi tingkat leverage (rasio hutang/aset) semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi (Belkaoui dan Karpik (1989), supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial). Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak

menjadi sorotan dari para debtholders. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah ssebagai berikut :

H4 : Leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR

Dewan komisaris sebagai puncak dari sistem pengelolaan internal perusahaan, memiliki peranan terhadap aktivitas pengawasan. Komposisi dewan komisaris akan menentukan kebijakan perusahaan termasuk praktek dan pengungkapan CSR. Coller dan Gregory (1999) dalam Sembiring (2006) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Keberadaan dewan komisaris independen akan semakin menambah efektifitas pengawasan. Oleh karena itu, di Indonesia terdapat ketentuan yang mengatur tentang keberadaan dewan komisaris independen. Ketentuan yang dimaksud adalah Ketentuan Bapepam dan Peraturan Bursa Efek Indonesia No. 1-A tanggal 14 Juli tahun 2004. Ketentuan ini memberikan pengaruh terhadap pengendalian dan pengawasan terhadap manajemen dalam operasi perusahaannya, diantaranya adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

H5 : Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Banyak literatur yang menegaskan bahwa aktivitas CSR yang tertuang dalam pengungkapan sosial perusahaan berpengaruh dan memiliki hubungan positif dengan kinerja perusahaan. Dalam penelitian empiris, beberapa peneliti

telah mencoba untuk mengungkapkan hal ini dalam berbagai perspektif yang berbeda. Balabanis, Phillips, dan Lyall (1998), menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berhubungan positif dengan kinerja keuangan perusahaan (*gross profit to sales ratio/GPS*), tetapi berhubungan negatif dengan *return on capital employed* (ROCE). Hasil lainnya yang lebih kontras adalah bahwa reaksi pasar modal terhadap kinerja keuangan perusahaan (GPS) yang melakukan pengungkapan CSR dengan baik adalah negatif, sehingga pengungkapan CSR dianggap lebih bermanfaat bagi *stakeholder* lainnya. Penelitian Heal dan Garret (2004), menunjukkan bahwa aktivitas CSR dapat menjadi elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, memberikan kontribusi kepada manajemen risiko dan memelihara hubungan yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Sedangkan Penelitian Siegel dan Paul (2006), menunjukkan bahwa aktivitas CSR memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap efisiensi, perubahan teknis, dan skala ekonomi perusahaan. Dalam studi literatur yang dilakukan oleh Finch (2005), dikatakan bahwa motivasi perusahaan menggunakan *sustainability reporting framework* adalah untuk mengkomunikasikan kinerja manajemen dalam mencapai keuntungan jangka panjang perusahaan kepada para *stakeholder*, seperti perbaikan kinerja keuangan, kenaikan dalam *competitive advantage*, maksimisasi profit, serta kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang. Dengan demikian, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H₆: Pengungkapan aktivitas CSR (CSR disclosure) berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel independent adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain (Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 1999 :63). Variabel independent dalam penelitian ini adalah kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, leverage, ukuran dewan komisaris.

b. Variabel Dependen (variabel terikat)

Variabel dependent adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independent (Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 1999 : 63). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate sosial responsibility* dan kinerja perusahaan.

3.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

a. Kepemilikan manajerial

Kepemilikan manajerial adalah jumlah presentase hak suara yang dimiliki oleh manajerial (Beiner et al, 2003). Dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator presentase jumlah saham yang dimiliki manajerial dari seluruh modal saham yang beredar.

b. Kepemilikan institusional

Kepemilikan institusional adalah jumlah presentase hak suara yang dimiliki oleh institusi (Beiner et al, 2003). Dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator presentase jumlah saham yang dimiliki institusi dari seluruh modal saham yang beredar.

c. Kepemilikan asing

Kepemilikan asing adalah jumlah presentase hak suara yang dimiliki oleh asing (Beiner et al, 2003). Dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator presentase jumlah saham yang dimiliki pihak asing dari seluruh modal saham yang beredar.

d. Tingkat *leverage*

Tingkat *leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi semua kewajiban. Perusahaan yang memiliki hutang lebih banyak akan mempunyai biaya keagenan yang besar, untuk itu perusahaan harus memenuhi informasi yang cukup bagi kreditur. Tingkat *Leverage* dalam penelitian ini, diukur dengan membagi hutang terhadap ekuitas (Sembiring, 2006).

e. Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris adalah banyak jumlah dewan komisaris dalam suatu perusahaan. Dalam penelitian ini ukuran dewan komisaris diukur dengan menggunakan jumlah anggota dewan komisaris (Sembiring, 2006).

f. Pengungkapan CSR

Pengungkapan CSR merupakan pengungkapan bebas, dimana manajemen dapat memilih jenis informasi yang akan diungkapkan yang dipandang relevan untuk pengambilan keputusan baik pihak – pihak yang memakainya. Diukur dengan index disclosure yang diperoleh lewat pembagian antara total item pengungkapan yang sesungguhnya diungkapkan dengan total item pengungkapan yang diharapkan oleh perusahaan sebanyak 78 item pengungkapan (Sembiring, 2006).

g. Kinerja perusahaan

Kinerja perusahaan merefleksikan kinerja fundamental perusahaan. Kinerja keuangan diukur dengan data fundamental perusahaan, yaitu data yang berasal dari laporan keuangan. Kinerja keuangan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan cash flow return on asset (CFROA). CFROA dihitung dari laba sebelum bunga dan pajak ditambah depresiasi dibagi dengan total aktiva.

$$\text{CFROA} = \frac{\text{EBIT} + \text{Dep}}{\text{Assets}}$$

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Sudjana (1983: 10) populasi adalah kesatuan persoalan secara menyeluruh yang sudah ditentukan batas-batasnya secara jelas sebagian keseluruhan dari obyek yang diteliti. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2009 – 2011.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (Djarwanto, 1996: 108). Sampel penelitian ini mengambil perusahaan manufaktur yang listed di BEI pada periode tahun 2009 sampai dengan 2011, dimana teknik pengambilan sampel dipilih secara *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan kriteria-kriteria atau pertimbangan yang ditetapkan. (Nur Indriantoro dan Supomo, 2002). Kriteria-kriteria yang menjadi pertimbangan dalam penetapan sampel antara lain :

- a. Perusahaan manufaktur yang terdapat di BEI tahun 2009 – 2011.
- b. Perusahaan yang memiliki data yang lengkap guna penelitian

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang meliputi laporan keuangan perusahaan manufaktur, jumlah perusahaan manufaktur. Sumber data tersebut diperoleh dari Indonesia Capital Market Directory dan Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia, serta sumber-sumber terkait.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka yaitu telaah pustaka yang ditujukan untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan materi penelitian. Studi dokumentasi dilakukan di IDX dan Pojok BEI UNDIP. Data-data yang diperlukan

merupakan komponen laporan keuangan yang diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) dan Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan.

3.5 Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak, perlu dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa auto korelasi, multikolonieritas, dan heterokedastisitas tidak terdapat model yang digunakan dan data yang dihasilkan distribusi normal. Jika autokorelasi, multikolonieritas, dan heterokedastisitas tidak ditemukan maka asumsi klasik regresi telah terpenuhi yang berarti bahwa model analisis terletak layak digunakan. Uji yang akan dilakukan adalah :

a. Uji Normalitas

Bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Caranya adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal. Jika distribusi data adalah normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan

mengikuti garis diagonal. Adapun cara analisis yang dilakukan adalah dengan menggunakan grafik normal plot, dimana :

- a) Jika penyebaran data mengikuti garis normal, maka data berdistribusi normal.
- b) Jika penyebaran data tidak mengikuti garis normal, maka data distribusi tidak normal. (Imam Ghozali, 2005)

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *orthogonal*. Variabel *orthogonal* adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (Imam Ghozali , 2005). Multikoloneritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Regresi bebas dari multikoloneritas apabila nilai toleransinya di atas 0,0001 dan VIF kurang dari 5 (Santoso, 2000: 281) Imam Ghozali (2005:91) mengatakan bahwa nilai VIF multikoloneritas adalah kurang dari 10 dan *tolerance* mendekati 1.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut dengan homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan variabel yang hendak diteliti dan dapatkan variabel residualnya (U_t). Kemudian mengabsolutkan nilai regresi dual (absolut) dan memasukkan dalam persamaan regresi dengan variabel statistik mempengaruhi variabel dependen, maka akan indikasi terjadi heteroskedastisitas. Problem heteroskedastisitas dijutukan apabila masing-masing menunjukkan tingkat signifikan lebih kecil 0.05.

Melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y -prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel bebas dapat mempengaruhi variabel dependennya dengan rumus:

$$Y1 = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e1$$

$$Y2 = \alpha + b_1y_1 + e2$$

Keterangan notasi:

Y = variabel *Indeks CSR*

α = Konstanta

x_1 = variabel *kepemilikan institusional*

x_2 = variabel *kepemilikan manajerial*

x_3 = variabel *kepemilikan asing*

x_4 = variabel *leverage*

x_5 = variabel *dewan komisaris*

e = *residual error*

$b_1 - b_5$ = koefisien garis regresi

a) Uji t

Tujuan penggunaan uji t adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya secara parsial.

Hipotesis yang diuji adalah :

$H_0 : \beta = 0$; berarti tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel independen terhadap *Indeks Pengungkapan CSR*

$H_a : \beta > 0$; berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel independen terhadap *Indeks Pengungkapan CSR*

Dengan kriteria pengujian ssebagai berikut :

- Taraf kepercayaan 5%, $n = 5$.
- Pengujian t hitung :

$$t = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Dimana :

r = Efisiensi regresi

n = Jumlah sampel

- Kriteria pengujian :
 - Apabila t hitung $>$ t tabel ; maka H_0 diterima (ada pengaruh yang signifikan).
 - Apabila t hitung $<$ t tabel, maka H_0 ditolak (tidak ada pengaruh yang signifikan).

b) Uji Model (Uji F)

Tujuan penggunaan uji F adalah untuk mengetahui seberapa jauh variabel-variabel independen (X) secara bersama-sama (simultan) dapat mempengaruhi variabel dependen (Y).

Dengan kriteria pengujian ssebagai berikut :

- Taraf kepercayaan 5%, $n = 5$.
- Derajat kebebasan $(df1) = k - 1$; $(df2) = n - k$
- Pengujian F hitung :

$$F = \frac{r^2 / k}{(1 - r^2) / (n - k - 1)}$$

Dimana :

F = Nilai F hitung

r^2 = Koefisien determinasi berganda

n = Banyaknya sampel

- Kriteria pengujian

F hitung > F tabel ; maka H_0 ditolak.

F hitung < F tabel, maka H_0 diterima.

c) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase besarnya keterkaitan antara variabel independent (X) terhadap variabel dependennya (Y). Koefisien determinasi

dinyatakan dalam R^2 . Untuk variabel bebas yang lebih dari satu variabel, maka menggunakan adjusted R^2 .