

**PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN DAN  
KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*  
*DISCLOSURE*  
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang  
Terdaftar di BEI)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

**VIRGIAWAN ADITYA PERMANA  
NIM. C2C607150**

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

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Virgiawan Aditya Permana  
Nomor Induk Mahasiswa : C2C607150  
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Akuntansi  
Judul Skripsi : **PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN DAN  
KARAKTERISTIK PERUSAHAAN  
TERHADAP CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY (CSR) DISCLOSURE  
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur  
yang Terdaftar di BEI)**  
Dosen Pembimbing : Dr. H. Raharja, M.Si., Akt.

Semarang, 11 Juni 2012

Dosen Pembimbing,

( Dr. H. Raharja, M.Si., Akt. )

NIP. 19491114 198001 1001

## **PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Nama Mahasiswa : Virgiawan Aditya Permana  
Nomor Induk Mahasiswa : C2C607150  
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Akuntansi  
Judul Skripsi : **PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN DAN  
KARAKTERISTIK PERUSAHAAN  
TERHADAP CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY (CSR) DISCLOSURE  
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur  
yang Terdaftar di BEI)**  
Dosen Pembimbing : Dr. H. Raharja, M.Si., Akt.

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 25 Juli 2012**

Tim Penguji:

1. Dr. H. Raharja, M.Si., Akt. (.....)
2. Prof. Drs. H. M. Nasir., M.Si., Ph.D, Akt. (.....)
3. Dr. Haryanto., S.E., M.Si., Akt. (.....)

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Virgiawan Aditya Permana, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **PENGARUHKINERJA LINGKUNGAN DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DISCLOSURE** (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI), adalah 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, 11 Juni 2012  
Yang membuat pernyataan,

Virgiawan Aditya Permana  
NIM. C2C607150

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto

- *"Bahwa tiada yang orang dapatkan, kecuali yang dia usahakan, Dan bahwa usahanya akan kelihatan nantinya."*  
(Q. S. An Najm ayat 39-40)
- *"Dare to dream big!"*
- *"Success is not about how much money you make, but about how much difference you make in the lives of others."*
- *"It's not about how you start, it's about how you end that matters most."*  
(Merry Riama)
- *"In daily life we must see that it is not happiness that makes us grateful, but gratefulness that makes us happy."*  
(Brother David Steindly-Rast)
- *"Amat victoria curam."*  
(Anonymous)

*Skripsi ini saya persembahkan untuk :*

- *Kedua orang tuaku tercinta*
- *Keluarga besarku*
- *Teman-temanku "Tim Mejik" pada khususnya*
- *Almamaterku*

## **ABSTRACT**

*The aim of this research was to examine the effect of environmental performance and corporate characteristic toward corporate social responsibility (CSR) disclosure of manufacturing company. The environmental performance was measured by the company performance in PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup). This research attempts to used five corporate characteristic, they are company size, profitability, profile, size of board commissioner and leverage. Dependent variable used in this research was CSR disclosure.*

*The population of this research is all the manufacturing company listed in Indonesia Stock Exchange during 2008-2010. The total sample of this research was 159 companies. The collection of research data used purposive sampling method. The data analysis method used is analysis regression and descriptive statistics.*

*The result showed that environmental performance, profitability, company size, and profile significantly influence to CSR disclosure. Meanwhile, size of board commissioner and leverage has no significant impact toward CSR disclosure.*

*Keywords : corporate social responsibility (CSR), environmental performance, company characteristic, size, profile, profitability, size of board commissioner, leverage*

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kinerja lingkungan dan karakteristik perusahaan terhadap *corporate social responsibility (CSR) disclosure* pada perusahaan manufaktur. Kinerja lingkungan perusahaan dalam penelitian ini diukur melalui PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup). Karakteristik perusahaan yang digunakan antara lain *size* perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, *profile*, dan *leverage*. Variabel dependen pada penelitian ini adalah *CSR disclosure*.

Populasi dari penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang tercatat (*go-public*) di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008-2010. Total sampel penelitian adalah sebanyak 159 perusahaan. Metode pengambilan sampel yaitu dengan *purposive sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi dan statistik deskriptif untuk analisis data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan, profitabilitas, *size*, dan profil berpengaruh signifikan terhadap *CSR disclosure*. Sementara itu, ukuran dewan komisaris dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *CSR disclosure*.

Kata kunci : *corporate social responsibility (CSR)*, kinerja lingkungan, karakteristik perusahaan, *size*, *profile*, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, *leverage*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur hanya kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya. Sungguh pertolongan dan kasih sayang-Nya sungguh besar sehingga dapat tersusun skripsi yang berjudul **“PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DISCLOSURE* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)”**. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan akademis dalam menyelesaikan studi Program Sarjana S-1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis sangat menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini, penulis dengan ketulusan hati mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si, Akt, PhD. Selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro beserta para Pembantu Dekan dan stafnya.
2. Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, M.Si, Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
3. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Rohman, S.E., M.Si., Akt. selaku dosen wali yang telah membimbing dan memberi pengarahan kepada penulis dari awal sampai akhir kuliah di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

4. Bapak Dr. H. Raharja, M.Si., Akt. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan saran, bimbingan, masukan, arahan, dan motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, khususnya Jurusan Akuntansi Universitas Diponegoro atas segala ilmu yang diberikan.

Ucapan terima kasih juga ditunjukkan kepada orang-orang terdekat penulis yang telah memberikan dukungan baik moral maupun material selama kuliah di jurusan akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNDIP, terutama untuk :

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Taufik dan Ibu Sinta atas kasih sayang, bimbingan, do'a serta dukungan yang tak pernah terputus kepada penulis.
2. Adikku tersayang, terima atas dukungan yang diberikan.
3. Seluruh keluarga besarku, yang telah memberikan do'a dan dukungannya.
4. Teman-teman Akuntansi Reguler 2 Kelas B Angkatan 2007 khususnya *Team Magic* yang selalu memotivasi, memberikan keceriaan, memberi dukungan, ada dalam susah maupun sedih: Gema, Danu, Dion, Indra, Jo, Inug dan Difa. Terima kasih atas persahabatan yang tak akan pernah terlupakan, dukungan serta semangat yang tak henti kepada penulis.
5. Teman-teman seperjuangan yang selalu memotivasi dan memberi semangat Astutik, Dudy dan Adi.
6. Untuk sahabatku SMA, Kurniawan terima kasih telah berjuang bersama dan terima kasih atas dukungan, semangat, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi.

7. Teman-teman KKN 2011 Desa Samirejo, Kecamatan Dawe, Kabupaten Kudus. Yan, Dani, Novi, Restu, Yudi, Yasmin, Arif, Tirta, Tety dan Rangga terima kasih untuk pengalaman singkat yang sangat berharga, kebersamaan dan perjuangan selama KKN.
8. Perpustakaan FE UNDIP yang telah menyediakan semua materi dalam penyusunan skripsi.
9. Kepada pihak-pihak lain yang tidak mungkin disebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan baik secara langsung maupun tidak langsung atas kelancaran penyusunan tugas penelitian ini.

Penulis sadar dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan sebagai masukan yang berharga. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang berkepentingan.

Semarang, 11 Juni 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I    PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	9
1.3    Tujuan Penelitian .....	10
1.4    Kegunaan Penelitian.....	10
1.5    Sistematika Penulisan .....	11
BAB II    TELAAH PUSTAKA .....	13
2.1    Teori Agensi.....	13
2.2    Pengungkapan ( <i>Disclosure</i> ) .....	16

2.3	<i>Corporate Social Responsibility</i> .....	18
2.4	<i>CSR disclosure</i> .....	21
2.5	Kinerja Lingkungan Perusahaan .....	25
2.6	Karakteristik Perusahaan .....	27
2.6.1	<i>Size</i> .....	27
2.6.2	Profitabilitas .....	28
2.6.3	<i>Profile</i> .....	28
2.6.4	Ukuran Dewan Komisaris .....	29
2.6.5	<i>Leverage</i> .....	30
2.7	Penelitian Terdahulu .....	30
2.8	Kerangka Pemikiran.....	33
2.9	Perumusan Hipotesis.....	37
2.9.1	Hubungan Kinerja Lingkungan dengan <i>CSR</i> .....	37
2.9.2	Hubungan <i>Size</i> dengan <i>CSR</i> .....	38
2.9.3	Hubungan Profitabilitas dengan <i>CSR</i> .....	39
2.9.4	Hubungan <i>Profile</i> dengan <i>CSR</i> .....	40
2.9.5	Hubungan Ukuran Dewan Komisaris dengan <i>CSR</i>	42
2.9.6	Hubungan <i>Leverage</i> dengan <i>CSR</i> .....	42
BAB III	METODE PENELITIAN.....	44
3.1	Variabel Penelitian .....	44
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	44
3.2.1	<i>CSR disclosure</i> .....	44
3.2.2	Kinerja Lingkungan .....	45

3.2.3	<i>Size</i> .....	45
3.2.4	Profitabilitas .....	46
3.2.5	<i>Profile</i> .....	46
3.2.6	Ukuran Dewan Komisaris .....	47
3.2.7	<i>Leverage</i> .....	47
3.3	Populasi dan Sampel .....	48
3.4	Jenis dan Sumber Data .....	48
3.4.1	Jenis Data .....	48
3.4.2	Sumber Data.....	49
3.5	Metode Pengumpulan Data .....	49
3.6	Metode Analisis .....	49
3.6.1	Uji Asumsi Klasik.....	49
3.6.2	Uji Regresi Parsial (Uji t).....	52
3.6.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	53
3.6.4	Uji Regresi Simultan (Uji F).....	53
3.6.5	Uji Hipotesis .....	54
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1	Gambaran Umum Perusahaan Sampel.....	56
4.2	Statistik Deskriptif .....	57
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	60
4.4	Hasil Uji Regresi .....	66
4.5	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	67
4.6	Hasil Uji Regresi Simultan (Uji F).....	68

4.7 Hasil Uji Regresi Parsial (Uji t) .....	69
4.8 Uji Hipotesis .....	70
4.9 Pembahasan.....	72
BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Keterbatasan.....	78
5.3 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA .....	80
LAMPIRAN.....	85

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 4.1 Distribusi Sampel.....	56
Tabel 4.2 Deskripsi Statistik .....	57
Tabel 4.3 One-Sample Kolgomorov-Smirnov Test .....	61
Tabel 4.4 Normalitas Data .....	62
Tabel 4.5 Multikolinieritas.....	63
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Uji Glejser .....	64
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Uji Autokorelasi .....	65
Tabel 4.8 Model Persamaan Regresi.....	67
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi.....	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Signifikansi Secara Simultan.....	69
Tabel 4.11 Hasil Uji t .....	70

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tingkatan Tanggung Jawab Perusahaan .....	20
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Durbin Watson.....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hasil Olah Data .....	85
----------	-----------------------	----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Sekarang ini informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi para investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan. Adanya informasi yang lengkap, akurat serta tepat waktu memungkinkan investor untuk melakukan pengambilan keputusan secara rasional sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Undang-undang Pasar Modal No. 8 tahun 1995 pasal 1: Informasi atau fakta material adalah informasi atau fakta penting dan relevan mengenai peristiwa, kejadian atau fakta yang dapat mempengaruhi harga efek pada Bursa Efek, dan atau keputusan pemodal, calon pemodal atau pihak lain yang berkepentingan atas informasi atau fakta tersebut.

Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Guthrie dan Mathews (Sembiring, 2005).Tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah.

Menurut Gray *et. al.*,(1987) dalam Sembiring (2005) pertumbuhnya kesadaran publik akan peran perusahaan di tengah masyarakat melahirkan kritik karena

menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat *safety* produk, serta hak dan status tenaga kerja. Tekanan dari berbagai pihak memaksa perusahaan untuk menerima tanggung jawab atas dampak aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat. Perusahaan dihimbau untuk bertanggung jawab terhadap pihak yang lebih luas dari pada kelompok pemegang saham dan kreditur saja.

Di Indonesia sendiri belakangan ini banyak terdapat berbagai konflik industri seperti kerusakan alam akibat eksploitasi alam yang berlebihan tanpa diimbangi dengan perbaikan lingkungan ataupun keseimbangan alam dan lingkungan sekitar seperti adanya limbah ataupun polusi pabrik yang sangat merugikan lingkungan sekitarnya. Masalah kesejahteraan karyawan pun akhir-akhir ini semakin marak kita dengar yang merupakan salah satu konflik yang menimbulkan aksi protes sehingga karyawan melakukan aksi demo dan mogok kerja, mereka menuntut suatu kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan yang tidak memihak pada mereka seperti pemberian upah yang rendah serta pemberian fasilitas kesejahteraan yang diterapkan oleh perusahaan yang tidak mencerminkan keadilan.

Dalam hal ini perusahaan manufaktur memiliki kontribusi yang cukup besar dalam masalah-masalah seperti polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Ini disebabkan karena perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang paling banyak berinteraksi dengan masyarakat. Dilihat dari produksinya perusahaan manufaktur mau tidak mau akan menghasilkan limbah produksi dan hal ini berhubungan erat dengan masalah pencemaran lingkungan. Proses produksi yang dilakukan perusahaan manufaktur juga mengharuskan mereka untuk memiliki tenaga kerja bagian produksi

dan ini erat kaitannya dengan masalah keselamatan kerja. Selain itu perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang menjual produk kepada konsumen sehingga isu keselamatan dan keamanan produk menjadi penting untuk diungkapkan kepada masyarakat. Hal-hal inilah yang membedakan perusahaan manufaktur dari perusahaan lainnya misalnya perbankan dan hal ini menjadi alasan yang kuat untuk dilakukannya penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur. Masalah yang ditimbulkan oleh perusahaan manufaktur mengakibatkan adanya aksi protes yang dilakukan oleh berbagai pihak yang berkepentingan, baik yang bersifat internal seperti karyawan, *shareholder*, ataupun yang bersifat eksternal yakni serikat pekerja, pemasok, konsumen, pesaing, LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat), dan badan-badan pemerintah (Belkaoui, 1993). Tuntutan melalui aksi protes yang dilakukan oleh pihak internal maupun eksternal, bertujuan agar perusahaan lebih meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab sosial, dengan cara memperhatikan dan mempertimbangkan akibat dari kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan.

Berbagai aksi protes yang dilakukan oleh para karyawan dan buruh, misalnya menuntut perusahaan untuk memperbaiki kebijakan upah dan pemberian fasilitas kesejahteraan lain yang dirasakan kurang mencerminkan nilai keadilan. Selain itu aksi protes serupa juga tidak jarang dilakukan oleh pihak masyarakat, baik masyarakat sebagai konsumen maupun masyarakat yang berada dilingkungan sekitar pabrik. Masyarakat sebagai konsumen seringkali melakukan protes terhadap hal-hal yang berkaitan dengan mutu produk sehubungan dengan kesehatan, keselamatan, dan

kehalalan suatu produk bagi konsumennya. Sedangkan protes yang dilakukan oleh masyarakat disekitar pabrik biasanya berkaitan dengan pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh limbah yang dihasilkan pabrik.

Deskripsi - deskripsi di atas menunjukan adanya ketidakselarasan sosial antara perusahaan dan masyarakat. Banyak keluhan-keluhan yang ditujukan kepada perusahaan dimana perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Selain itu tekanan dari berbagai pihak luar mendesak perusahaan agar menerima tanggung jawab dari dampak aktivitas bisnis terhadap masyarakat karena mereka berharap perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada investor dan manajemen, tetapi juga pada masyarakat yang lebih luas (Hackston dan Milne, 1996 dalam Sembiring, 2003).

Ikatan Akutansi Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akutansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 (revisi 2009) paragraf keduabelas secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah sosial sebagai berikut :

“Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peran penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan.”

Program *CSR (Corporate Social Responsibility)* sendiri merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, tanggung jawab sosial, dan lingkungan yang berlaku bagi perseroan yang mengelola/memiliki dampak terhadap sumber daya alam dan tidak dibatasi kontribusinya serta dimuat dalam laporan keuangan.

Undang-undang tersebut mewajibkan industri atau korporasi-korporasi untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan merupakan suatu beban yang memberatkan. Perlu diingat bahwa pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah dan industri saja, tetapi setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat. Industri dan korporasi berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup. Kini dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan sudah meliputi aspek keuangan, sosial, dan lingkungan yang biasa disebut sinergi tiga elemen (*Triple bottom line*) yang merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah dikenal sejak awal tahun 1970, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan (*Corporate Social Responsibility*).

Geliat untuk selalu mengungkapkan tanggung jawab sosial dalam bentuk *CSR reporting* sudah nampak dan perusahaan mulai tidak ragu lagi. Bagi perusahaan dengan menjalankan praktik akuntansi dan pelaporan atas aktivitas sosialnya diharapkan dapat memberikan nilai tambah yang diperoleh dari para *stakeholdernya*. Namun begitu tidak semua perusahaan mengungkapkan aktivitas sosialnya.

Berbagai penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan keanekaragaman hasil. Seperti penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara *size* perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Gunawan (2000), Hasibuan (2001), Sembiring (2003), Rosmasita (2007). Sedangkan Singh dan Ahuja (1983) dalam Gray *et. al.*, (2001) tidak menemukan hubungan antara kedua variabel 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 dalam Sembiring, 2005).

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan profitabilitas merupakan hal sulit untuk dipahami. Misalnya Belkaoui dan Karpik (1989), Hasibuan (2001) menemukan tidak ada hubungan antara variabel tersebut, sedangkan Freedman dan Jaggi (1988) serta Donovan dan Gibson (2000) menemukan hubungan yang negatif dari variabel tersebut. Pada sisi lain beberapa penelitian yang disebutkan dalam Hackston dan Milne (1996) seperti Bowman dan Haire (1976) serta Preston (1978) menemukan hubungan yang signifikan, sedangkan Gray *etal.*, (2001) menemukan hubungan yang bervariasi setiap tahun untuk kedua variabel tersebut.

Dalam hubungan antara *profile* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga terjadi ketidak konsistenan hasil. Di Indonesia, Utomo (2000) melakukan penelitian pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan *high profile* dan *lowprofile* dalam laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Dalam penelitiannya mereka menemukan bahwa tipe industri *high profile* mengungkapkan lebih banyak dari tipe industri *low profile*. Sedangkan penelitian yang dilakukan Davey (1982) dan Ng (1985) dalam Hackston dan Milne (1996) tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut.

Hubungan antara *leverage* dan pengungkapan sosial juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Karpik (1989) serta Cormier dan Magnan (1999) menemukan hubungan yang negatif signifikan antara kedua variabel tersebut. Suda dan Kokubu (1994) dan Kokubu *et. al.*, (2001) tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut. Selain itu Robert (1992) menemukan hubungan yang positif antara kedua variabel tersebut.

Salah satu cara untuk mengatasi berbagai masalah diatas adalah dengan memasukan Dewan Komisaris dalam susunan organisasi, yang diambil dari dalam maupun dari luar lingkungan perusahaan. Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan. Alasan yang mendasari bahwa dewan komisaris dapat mempengaruhi

luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial adalah karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam perusahaan.

Dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan akan dipandang lebih baik, karena pihak dari luar akan menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan perusahaan dengan lebih objektif dibanding perusahaan yang memiliki susunan dewan komisaris yang hanya berasal dari dalam perusahaan. Selain itu jumlah dewan komisaris yang terdapat dalam susunan organisasi dapat mempengaruhi kinerja dan tanggung jawab terhadap masyarakat di lingkungan internal ataupun eksternal perusahaan tersebut. Karena semakin banyak dewan komisaris yang ada dalam suatu perusahaan, maka kecurangan atau tindakan penyimpangan terhadap kebijakan yang telah ditetapkan perusahaan dapat sedikit diminimalkan.

Penelitian Rakhiemah dan Agustia (2009), meneliti tentang pengaruh kinerja lingkungan terhadap *CSR* dan kinerja finansial pada industri manufaktur di BEI. Hasil dari penelitian adalah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap *CSR*, akan tetapi kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja finansial dan *CSR* tidak berpengaruh terhadap kinerja finansial.

Penelitian ini menguji ulang penelitian Sembiring (2005) dan Sulastini (2007), dengan menambahkan variabel bebas yang digunakan oleh Rakhiemah dan Agustia (2009), yaitu kinerja lingkungan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis mengambil judul,  
**“PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*”**

## ***DISCLOSURE (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)***”.

### **1.2 Rumusan Masalah**

*Corporate Social Responsibility* sebagai konsep akuntansi yang baru adalah transparansi pengungkapan sosial atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dimana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi keuangan perusahaan, tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan aktivitas perusahaan. *CSR disclosure* sebagai wujud tanggung jawab perusahaan terhadap *CSR* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Kinerja lingkungan perusahaan serta karakteristik perusahaan yang diproksikan dengan *size* perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, *profile*, dan *leverage* diduga berpengaruh terhadap *CSR*.

Hasil yang tidak konsisten dalam penelitian-penelitian sebelumnya mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap *CSR* mendorong perumusan masalah, yaitu apakah karakteristik perusahaan yang diproksikan dengan *size* perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, *profile*, dan *leverage* diduga berpengaruh terhadap *CSR*. Dari pertanyaan tersebut, pertanyaan penelitian untuk menjawab masalah yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap *CSR* ?
2. Apakah karakteristik perusahaan yaitu *size* perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, *profile* dan *leverage* berpengaruh terhadap *CSR* ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menguji secara empiris pengaruh kinerja lingkungan terhadap *CSR*.
2. Menguji secara empirispengaruh karakteristik perusahaan (*size* perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, *profile*, dan *leverage*) terhadap *CSR*.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang ilmuakuntansi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dan kinerja finansial.

## 2. Kegunaan Praktis

### a. Bagi Pihak Perusahaan / Manajemen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan yang disajikan.

### b. Bagi Calon Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan tahunan sehingga dijadikan sebagai acuan untuk pembuatan keputusan investasi.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, membahas mengenai pendahuluan penelitian yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II Telaah Pustaka, membahas mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, selain itu dalam bab ini juga membahas tentang teori-teori yang berkaitan dan mendukung, kerangka pikir dan pengembangan hipotesis mengenai masalah yang diteliti.

BAB III Metode Penelitian, membahas mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini. Bab ini berisi tentang uraian variabel penelitian dan definisi

operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, membahas uraian deskripsi objek penelitian, analisis data dan interpretasi hasil olah data.

BAB V Penutup, berisi tentang kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, saran dan implikasi penelitian selanjutnya.

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA**

#### **2.1 Teori Agensi**

Teori keagenan (*agency theory*) merupakan basis teori yang mendasari praktek bisnis perusahaan yang dipakai selama ini. Teori tersebut berakar dari sinergi teori ekonomi, teori keputusan, sosiologi dan teori organisasi. Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer, dalam bentuk kontrak kerja sama yang disebut “nexus of contract”.

Dalam teori agensi terdapat perbedaan “kepentingan ekonomis”. Perbedaan kepentingan ini dapat disebabkan ataupun menyebabkan timbulnya kesenjangan informasi antara pemegang saham (Stakeholders) dan organisasi. Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa keagenan mendiskripsikan bahwa manajer adalah agen bagi para pemegang saham atau dewan direksi adalah benar sesuai teori agensi. Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Pemegang saham sebagai prinsipal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka didalam perusahaan. Sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut.

Karena perbedaan kepentingan ini masing-masing pihak berusaha memperbesar keuntungan bagi diri sendiri. Prinsipal menginginkan pengembalian yang sebesar-besarnya dan secepatnya atas investasi yang salah satunya dicerminkan dengan kenaikan porsi deviden dari tiap lembar saham yang dimiliki. Agen menginginkan kepentingannya diakomodir dengan pemberian kompensasi / bonus / insentif / remunerasi yang memadai dan sebesar-besarnya atas kinerjanya. Prinsipal menilai prestasi agen berdasarkan kemampuannya memperbesar laba untuk dialokasikan pada pembagian deviden. Makin tinggi laba, harga saham dan makin besar deviden, maka agen dianggap berhasil / berkinerja baik sehingga layak mendapat insentif yang tinggi. Sebaliknya agen pun memenuhi tuntutan principal agar mendapatkan kompensasi yang tinggi. Sehingga bila tidak ada pengawasan yang memadai maka sang agen dapat memainkan beberapa kondisi perusahaan agar seolah-olah target tercapai. Permainan tersebut bisa atas prakarsa principal ataupun inisiatif agen sendiri. Maka terjadilah *Creative accounting* yang menyalahi aturan, misalnya: adanya piutang yang tidak mungkin tertagih yang tidak dihapuskan; Capitalisasi expense yang tidak semestinya; pengakuan penjualan yang tidak semestinya; yang kesemuanya berdampak pada besarnya nilai aktiva dalam Neraca yang “mempercantik” laporan keuangan walaupun bukan nilai sebenarnya. Atau bisa juga dilakukan dengan *income smoothing* (pembagian keuntungan ke periode lain) agar setiap tahun kelihatan perusahaan meraih keuntungan, padahal kenyataannya merugi atau laba turun.

Salah satu hipotesis ini adalah bahwa manajemen dalam mengelola perusahaan cenderung lebih mementingkan kepentingan pribadinya daripada meningkatkan nilai perusahaan. Contoh nyata yang dominan terjadi dalam kegiatan perusahaan dapat disebabkan karena pihak agensi memiliki informasi yang lebih keuangan daripada pihak prinsipal (keunggulan informasi), sedangkan dari pihak persipal boleh jadi memanfaatkan kepentingan pribadi atau golongannya sendiri (*self-interest*) karena memiliki keunggulan kekuasaan (*discretionary power*).

Menurut Elqorni (2009) terdapat tiga masalah utama dalam hubungan agensi yaitu:

1. Kontrol pemegang saham sebagai manajer.
2. Biaya yang menyertai hubungan agensi.
3. Menghindari dan meminimalisasi biaya agensi.

Hubungan agensi ini memotivasi setiap individu untuk memperoleh sasaran yang harmonis, dan menjaga kepentingan masing-masing antara agen dan prinsipal. Hubungan keagenan ini merupakan hubungan timbal balik dalam mencapai tujuan dan kepentingan msing-masing pihak yang secara eksplisit dan sadar memasukkan penekanan seperti:

1. Kebutuhan prinsipal akan memberikan kepercayaan kepada manajer dengan imbalan atau kompensasi keuangan.
2. Budaya organisasi yang berlaku dalam perusahaan.
3. Faktor luar seperti karakteristik industri pesaing, praktek kompensasi, pasar tenaga kerja manajerial dan isu-isu legal.

4. Strategi yang dijalankan perusahaan dalam memenangkan kompetisi global.

Watts (1992) menegaskan bahwa hubungan agensi kaitannya dengan laporan keuangan sangat dipengaruhi oleh kepentingan pasar politik.

## 2.2 Pengungkapan (*Disclosure*)

Tujuan dari pelaporan keuangan adalah menyediakan informasi keuangan yang bermanfaat untuk membantu pengambilan keputusan ekonomi. Agar hal tersebut dapat dicapai diperlukan suatu pengungkapan yang jelas mengenai data akuntansi dan informasi lain yang relevan. Pelaporan keuangan mencakupi semua informasi yang dapat disediakan manajemen yaitu :

1. Statemen keuangan.
2. Catatan atas statemen keuangan.
3. Informasi pelengkap.
4. Sarana pelaporan keuangan lain.
5. Informasi lain.

Kata pengungkapan atau *disclosure* memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Apabila dikaitkan dengan laporan keuangan, *disclosure* mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktifitas suatu unit usaha (Hendriksen, 1992). Untuk dapat lebih bersaing, perusahaan dihadapkan pada kondisi untuk dapat lebih transparan dalam mengungkapkan informasi perusahaannya, sehingga akan lebih

membantu para pengambil keputusan dalam mengantisipasi kondisi yang semakin berubah.

Berpegang pada peraturan atau regulasi primer yaitu surat keputusan ketua BAPEPAM No.38/PM/1996, terdapat dua jenis pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan, yakni:

1. *Mandatory disclosure*

Dalam UU No. 8/PM/1995 *mandatory disclosure* yaitu pengungkapan yang diwajibkan oleh peraturan pemerintah. Bagi emiten setelah *go public* pengungkapan wajib merupakan pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku. Pengungkapan wajib setelah *go public* dapat terjadi selama perusahaan masih merupakan perseroan terbuka.

2. *Voluntary disclosure*

*Voluntary disclosure* atau pengungkapan sukarela adalah pengungkapan yang dilakukan perusahaan diluar apa yang diwajibkan oleh standar akuntansi atau peraturan badan pengawas.

Pengungkapan sosial yang diungkapkan perusahaan merupakan informasi yang sifatnya sukarela. Karenanya, perusahaan memiliki kebebasan untuk mengungkapkan informasi yang tidak diharuskan oleh badan penyelenggara pasar modal. Keragaman dalam pengungkapan disebabkan oleh entitas yang dikelola oleh manajer yang memiliki filosofis manajerial yang berbeda dan keluasan dalam kaitannya dengan pengungkapan informasi kepada masyarakat.

Menurut Imam Ghozali (2001) ada tiga konsep pengungkapan yang umumnya di usulkan yaitu (1) pengungkapan yang cukup (*adequate*), (2) wajar (*fair*), (3) dan lengkap (*full*). Yang paling umum digunakan dari tiga konsep yang ada adalah pengungkapan cukup (*adequate*). Pengungkapan ini mencakup pengungkapan minimal yang harus dilakukan agar laporan keuangan tidak menyesatkan. Wajar dan lengkap merupakan konsep yang lebih positif. Pengungkapan secara wajar menunjukkan tujuan etis agar dapat memberikan perlakuan yang sama dan bersifat umum bagi semua pemakai laporan keuangan.

Menurut Chariri dan Ghozali (2001) metode yang umum digunakan dalam pengungkapan informasi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Bentuk dan susunan laporan yang formal.
- b. Terminology dan penyajian yang relevan.
- c. Informasi sisipan.
- d. Catatan kaki.
- e. Ikhtisar tambahan dan skedul-skedul.
- f. Komentar dalam laporan auditor.
- g. Pernyataan direktur utama atau ketua dewan komisaris.

### **2.3 Corporate Social Responsibility**

Perusahaan memiliki kewajiban sosial atas apa yang terjadi disekitar lingkungan masyarakat. Selain menggunakan dana dari pemegang saham, perusahaan juga menggunakan dana dari sumber daya lain yang berasal dari masyarakat

(konsumen) sehingga hal yang wajar jika masyarakat mempunyai harapan tertentu terhadap perusahaan.

Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Januarti dan Apriyanti (2005) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan dapat dibagi menjadi tiga level sebagai berikut :

1. *Basic responsibility* (BR)

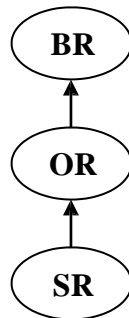
Pada level pertama, menghubungkan tanggung jawab yang pertama dari suatu perusahaan, yang muncul karena keberadaan perusahaan tersebut seperti; perusahaan harus membayar pajak, memenuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham. Bila tanggung jawab pada level ini tidak dipenuhi akan menimbulkan dampak yang sangat serius.

2. *Organization responsibility* (OR)

Pada level kedua ini menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan ”*Stakeholder*” seperti pekerja, pemegang saham, dan masyarakat di sekitarnya.

3. *Societal responses* (SR)

Pada level ketiga, menunjukkan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan, terlibat dengan apa yang terjadi dalam lingkungannya secara keseluruhan.

**Gambar 2.1**

### **Tingkatan Tanggung Jawab Perusahaan**

*Sumber : Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Hasibuan (2001)*

Teuku dan Imbuh (1997) dalam Cahyonowati (2003) mendeskripsikan tanggung jawab sosial sebagai kewajiban organisasi yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat, tetapi juga mempertahankan kualitas lingkungan sosial maupun fisik, dan juga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan komunitas dimana mereka berada. Sedangkan menurut Sevic dalam (Hasibuan,2001) tanggung jawab sosial diartikan bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab pada tindakan yang mempengaruhi konsumen, masyarakat, dan lingkungan.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial adalah suatu bentuk pertanggungjawaban yang seharusnya dilakukan perusahaan, atas dampak positif maupun dampak negatif yang ditimbulkan dari aktivitas operasionalnya, dan mungkin sedikit-banyak berpengaruh terhadap masyarakat internal maupun eksternal dalam lingkungan perusahaan. Selain melakukan aktivitas

yang berorientasi pada laba, perusahaan perlu melakukan aktivitas lain, misalnya aktivitas untuk menyediakan lingkungan kerja yang aman bagi karyawannya, menjamin bahwa proses produksinya tidak mencemarkan lingkungan sekitar perusahaan, melakukan penempatan tenaga kerja secara jujur, menghasilkan produk yang aman bagi para konsumen, dan menjaga lingkungan eksternal untuk mewujudkan kepedulian sosial perusahaan.

#### **2.4 CSR disclosure**

Menurut Hackston dan Milne, tanggung jawab sosial perusahaan sering disebut juga sebagai *corporate social responsibility* atau *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social reporting* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005). Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi dalam hal ini perusahaan, di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray et.al (1995) dalam Hasibuan (2001).

Menurut Gray et.al dalam Sembiring (2005) ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional.

Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat keuangan sebagai pemakai utama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan.

Pendekatan alternatif kedua dengan meletakkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan sekaligus merupakan sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Banyak teori yang menjelaskan mengapa perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut. Gray et al (1995) dalam Henny dan Murtanto (2001) menyebutkan ada tiga studi yaitu :

1. *Decision usefulness studies.*

Sebagian dari studi-studi yang dilakukan oleh para peneliti yang mengemukakan teori ini menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh para pemakai laporan keuangan. Dalam hal ini para analis, banker, dan pihak lain yang dilibatkan dalam penelitian tersebut diminta untuk melakukan pemeringkatan terhadap informasi akuntansi. Informasi akuntansi tersebut tidak terbatas pada informasi akuntansi tradisional yang telah dikenal selama ini, namun juga informasi lain yang relatif baru dalam wacana akuntansi. Mereka menempatkan informasi

aktivitas sosial perusahaan pada posisi yang *moderately important* untuk digunakan sebagai pertimbangan oleh para *users* dalam pengambilan keputusan.

## 2. *Economic theory studies*

Studi ini menggunakan *agency theory* dan *positive accounting theory*, dimana teori tersebut menganalogikan manajemen sebagai agen dari suatu prinsipal. Dalam penggunaan *agency theory*, prinsipal diartikan sebagai pemegang saham atau *traditional users* lain. Namun pengertian prinsipal tersebut meluas menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik (*stakeholder*).

## 3. *Social and political theory studies.*

Studi di bidang ini menggunakan teori *stakeholders*, teori legitimasi organisasi, dan teori ekonomi politik. Teori *stakeholders* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholders*. Perusahaan berusaha mencari pembenaran dari para *stakeholders* dalam menjalankan operasi perusahaannya. Sehingga berakibat semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholders*-nya.

Menurut Murtanto (2006) dalam Media Akuntansi, pengungkapan kinerja perusahaan seringkali dilakukan secara sukarela (*voluntary disclosure*) oleh

perusahaan. Adapun alasan-alasan perusahaan mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela antara lain:

1. *Internal Decision Making* : Manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektivitas informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan. Walaupun hal ini sulit diidentifikasi dan diukur, namun analisis secara sederhana lebih baik daripada tidak sama sekali
2. *Product Differentiation* : Manajer perusahaan memiliki insentif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat. Akuntansi kontemporer tidak memisahkan pencatatan biaya dan manfaat aktivitas sosial perusahaan dalam laporan keuangan, sehingga perusahaan yang tidak peduli sosial akan terlihat lebih sukses daripada perusahaan yang peduli. Hal ini mendorong perusahaan yang peduli sosial untuk mengungkapkan informasi tersebut sehingga masyarakat dapat membedakan mereka dari perusahaan lain.
3. *Enlightened Self Interest* : perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para stakeholder karena mereka dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

Pertanggungjawaban sosial berhubungan juga dengan *social contract theory*. Menurut teori ini, diantara bisnis perusahaan dan masyarakat terdapat suatu kontrak sosial yang secara implisit maupun eksplisit. Dimana dalam kontrak sosial, akuntansi sosial digunakan sebagai serangkaian teknik pengumpulan dan pengungkapan data sehingga memungkinkan masyarakat untuk mengevaluasi kinerja sosial organisasi

dalam memberi penilaian mengenai kelayakan operasi organisasi menurut Parker (2002) dalam Cahyonowati (2003). Disamping itu, pertanggungjawaban perusahaan diperlukan untuk menilai apakah kegiatan perusahaan telah memenuhi ketentuan, standar, dan peraturan yang berlaku. Misalnya mengenai polusi, kesehatan dan keselamatan, bahaya penggunaan bahan-bahan yang beracun.

Pada saat perusahaan mulai berinteraksi dan dekat dengan lingkungan luarnya (masyarakat), maka berkembang hubungan saling ketergantungan dan kesamaan minat serta tujuan antara perusahaan dengan lembaga sosial yang ada. Interaksi ini menyebabkan perusahaan tidak bisa lagi membuat keputusan atau kebijakan yang hanya menguntungkan pihaknya saja. Tetapi perusahaan juga harus memikirkan kebutuhan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (*stakeholder needs*). Jika tekanan dari *stakeholder* berpengaruh kuat terhadap kontinuitas dan kinerja perusahaan maka perusahaan harus bisa menyusun kebijakan sosial dan lingkungan yang terarah dan terlegitimasi (Cahyonowati, 2003).

## **2.5 Kinerja Lingkungan Perusahaan**

Kinerja lingkungan perusahaan menurut Suratno dkk. (2006) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (green). Kinerja lingkungan perusahaan dalam penelitian ini diukur melalui PROPER atau Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup yang merupakan instrumen yang digunakan oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup untuk mengukur tingkat ketaatan perusahaan berdasarkan

peraturan yang berlaku. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat, sehingga perusahaan yang dinilai akan memperoleh insentif maupun disinsentif reputasi, tergantung kepada tingkat ketaatannya.

Penilaian peringkat kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan mulai dikembangkan Kementerian Lingkungan Hidup, sebagai satu alternatif instrumen sejak 1995. Program ini awalnya dikenal dengan nama PROPER PROKASIH. Alternatif instrumen penataan dilakukan melalui penyebaran informasi tingkat kinerja penataan masing-masing perusahaan kepada stakeholder pada skala nasional. Program ini diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungannya. Dengan demikian dampak lingkungan dari kegiatan perusahaan dapat diminimalisasi.

Penggunaan warna di dalam penilaian PROPER merupakan bentuk komunikatif penyampaian kinerja kepada masyarakat, mulai dari yang terbaik, EMAS, HIJAU, BIRU, MERAH, sampai ke yang terburuk, HITAM. Secara sederhana masyarakat dapat mengetahui tingkat penataan pengelolaan lingkungan pada perusahaan dengan hanya melihat peringkat warna yang ada. Bagi pihak-pihak yang memerlukan informasi yang lebih rinci, KLH dapat menyampaikan secara khusus.

Aspek penilaian PROPER adalah ketaatan terhadap peraturan pengendalian pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, pengelolaan limbah B3, AMDAL serta pengendalian pencemaran laut. Ketentuan ini bersifat wajib untuk dipenuhi. Jika perusahaan memenuhi seluruh peraturan tersebut (*in compliance*) maka akan

diperoleh peringkat BIRU, jika tidak maka MERAH atau HITAM, tergantung kepada aspek ketidaktaatannya.

## **2.6 Karakteristik Perusahaan**

Karakteristik perusahaan dapat menjelaskan variasi luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan, karakteristik perusahaan merupakan prediktor kualitas pengungkapan Lang and Lundholm (1993) dalam Rosmasita (2007). Setiap perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda satu entitas dengan entitas lainnya. Lang and Lundholm (1993) dan Wallace (1994) membagi karakteristik perusahaan menjadi tiga kategori yaitu, variabel struktur (*structure-related variables*), variabel kinerja (*performance-related variable*), dan variabel pasar (*market-related variable*).

Dalam penelitian ini karakteristik perusahaan yang dapat mempengaruhi pertanggungjawaban sosial, seperti *size* perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, *profile* maupun *leverage* yang dianggap sebagai variabel penduga dalam pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

### **2.6.1 Size**

Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut (Sembiring, 2005). Perusahaan besar merupakan emiten yang

paling banyak disoroti oleh publik sehingga pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005).

Di samping itu, perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Lebih banyak pemegang saham, berarti memerlukan lebih banyak juga pengungkapan, hal ini dikarenakan tuntutan dari para pemegang saham dan para analis pasar modal (Yuniarti, 2000).

### **2.6.2 Profitabilitas**

Pengungkapan mengenai pertanggungjawaban sosial perusahaan mencerminkan suatu pendekatan perusahaan dalam melakukan adaptasi dengan lingkungan yang dinamis dan bersifat multidimensi (Sulastini, 2007).

### **2.6.3 Profile**

*Profile* perusahaan telah diidentifikasi sebagai faktor potensial yang mempengaruhi praktek pengungkapan sosial perusahaan. Utomo (2000) mendefinisikan industri *high profile* sebagai industri yang memiliki *consumervasibility*, resiko politik yang tinggi, atau kompetisi yang tinggi. Hal ini karena perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan lebih memperhatikan pertanggungjawaban sosialnya kepada masyarakat, karena hal ini akan meningkatkan citra perusahaan dan dapat mempengaruhi tingkat penjualan.

#### 2.6.4 Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Komposisi individu yang bekerja sebagai anggota dewan komisaris merupakan hal penting dalam memonitor aktivitas manajemen secara efektif (Fama dan Jensen, 1983, dalam Sembiring, 2003). Dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan akan dipandang lebih baik, karena pihak dari luar akan menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan perusahaan dengan lebih objektif dibanding perusahaan yang memiliki susunan dewan komisaris yang hanya berasal dari dalam perusahaan. Dewan komisaris terdiri dari *inside* dan *outside director* yang akan memiliki akses informasi khusus yang berharga dan sangat membantu dewan komisaris serta menjadikannya sebagai alat efektif dalam keputusan pengendalian. Sedangkan fungsi dewan komisaris itu sendiri adalah mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi) dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan.

Suatu *item* dan kualitas informasi yang diungkapkan dalam laporan yang disiapkan manajemen dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dan kebijakan perusahaan. Manajemen memiliki dorongan untuk mengungkapkan informasi yang menguntungkan dan “menyembunyikan” informasi yang tidak menguntungkan. Informasi yang menguntungkan akan diungkap seluas-luasnya, sedangkan informasi yang tidak menguntungkan kelihatannya tidak diungkap dan sebagai hasilnya, para

pemegang saham tidak akan mengetahui secara khusus informasi yang disembunyikan. Untuk mengatasi hal tersebut, pemegang saham mendelegasikan wewenang mereka dalam memonitor aktivitas manajemen kepada dewan komisaris.

### **2.6.5 Leverage**

Perjanjian terbatas seperti perjanjian hutang yang tergambar dalam tingkat *leverage* dimaksudkan membatasi kemampuan manajemen untuk menciptakan transfer kekayaan antar pemegang saham dan pemegang obligasi (Jensen dan Meckling, 1976; Smith dan Warner, 1979 dalam Belkaoui dan Karpik, 1989).

## **2.7 Penelitian Terdahulu**

Eddy Rismanda Sembiring (2005) pernah melakukan penelitian dengan judul “Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta”. Penelitian ini menggunakan sampel semua perusahaan go publik di BEJ sesuai yang tercantum dalam IDMC tahun 2002. Variabel dalam penelitian ini ada dua, yaitu karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Metode analisis yang digunakan yaitu metode analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini yaitu *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris dan *leverage* berpengaruh signifikan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian lain mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan oleh Sri Sulastini (2007) dengan judul “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur yang telah Go Publik”. Sampel pada penelitian ini ada semua perusahaan manufaktur yang telah Go Publik di BEJ seperti yang tercantum dalam ICMD tahun 2006. Variabel penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial, *size* perusahaan, *profile*, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini adalah *size* perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris dan *profile* secara simultan berpengaruh terhadap pertanggungjawaban social perusahaan.

Pada tahun 2009, Aldilla Noor Rakhiemah dan Dian Agustia melakukan penelitian mengenai kinerja lingkungan dengan judul “Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap *Cosporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini memiliki tiga variabel yaitu kinerja lingkungan, *CSR*, dan kinerja finansial. Hasil dari penelitian ini adalah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap *CSR* akan tetapi kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja finansial dan *CSR* tidak berpengaruh terhadap kinerja finansial.

Hasil penelitian terdahulu, secara ringkas dapat dilihat dalam tabel 2.1.

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

No.	Peneliti dan tahun	Sampel dan periode penelitian	Variabel dan metode analisis	Hasil
1	Eddy Rismanda Sembiring (2005)	Semua perusahaan go publik di BEJ seperti yang tercantum dalam <i>Indonesia Capital Market Directory</i> tahun 2002.	Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Metode analisis regresi berganda.	<i>Size</i> , profitabilitas, <i>profile</i> , ukuran dewan komisaris dan leverage berpengaruh signifikan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Adjusted R Square = 0.375
2	Sri Sulastini (2007)	Semua perusahaan manufaktur yang ( <i>Go Public</i> ) di BEJ seperti yang tercantum dalam <i>Indonesia Capital Market Directory</i> (2006)	Pengungkapan tanggung jawab sosial, <i>size</i> perusahaan, profitabilitas, <i>profile</i> , Ukuran dewan komisaris, metode analisis regresi linear berganda.	<i>Size</i> perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan <i>profile</i> secara simultan berpengaruh terhadap tanggung jawaban sosial perusahaan. Adjusted R Square = 0,23

3.	Aldilla Noor Rakhiemah dan Dian Agustia (2009)	Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI	Kinerja lingkungan, CSR dan kinerja finansial	Hasil dari penelitian adalah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap CSR, akan tetapi kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja finansial dan CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja finansial
----	--	---	--	---

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2012

## 2.8 Kerangka Pemikiran

Kinerja lingkungan perusahaan menurut Suratno dkk. (2006) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (green). Kinerja lingkungan perusahaan dalam penelitian ini diukur melalui PROPER atau Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup yang merupakan instrumen yang digunakan oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup untuk mengukur tingkat ketaatan perusahaan berdasarkan peraturan yang berlaku. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat, sehingga perusahaan yang dinilai akan memperoleh insentif maupun disinsentif reputasi, tergantung kepada tingkat ketaatannya

*Size* perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi risiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Donovan dan Gibson (2000) dalam Hasibuan (2001) menyatakan berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi, perusahaan tidak perlu melaporkan hal-hal yang mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan perusahaan. Sebaliknya pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan. Misalnya dalam lingkup sosial, ketika investor membaca laporan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan mereka tetap berinvestasi di perusahaan tersebut.

Hubungan antara *profile* perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dikaitkan dengan variasi dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Industri *high profile* sebagai industri yang memiliki *consumer visibility*, risiko politik yang tinggi, atau kompetisi yang tinggi akan lebih

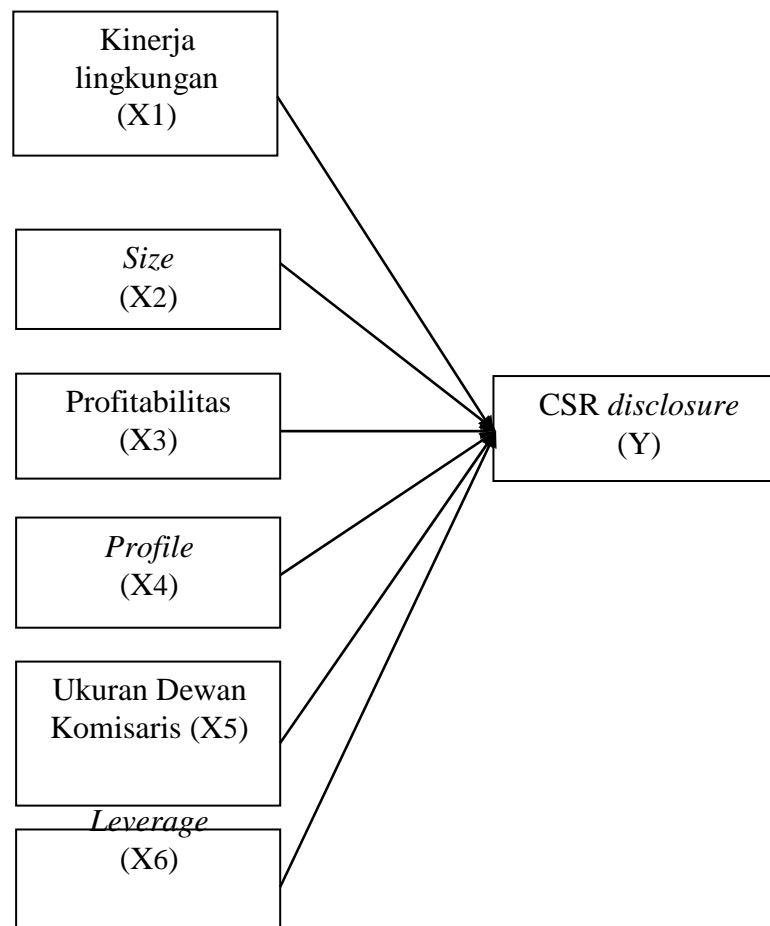
memperhatikan pertanggungjawaban sosialnya kepada masyarakat, karena hal ini akan meningkatkan citra perusahaan dan dapat mempengaruhi tingkat penjualan.

Dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen akan semakin besar untuk mengungkapkannya.

Perjanjian terbatas seperti hutang yang tergambar pada tingkat *leverage* dimaksudkan membatasi kemampuan manajemen untuk menciptakan transfer kekayaan antar pemegang saham dan pemegang obligasi. Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Sembiring (2005) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan

Dengan menerapkan *CSR*, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Kiroyan, 2006). Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan *CSR* diharapkan akan direspon positif oleh para pelaku pasar.

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



## 2.9 Perumusan Hipotesis

### 2.9.1 Hubungan Kinerja Lingkungan dengan CSR

World Bank sebagai lembaga keuangan global memandang CSR sebagai “*The commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development.*” (IFC, 2002). Sementara CSR disclosure oleh Gray dkk, (2001) didefinisikan sebagai suatu proses penyediaan informasi yang dirancang untuk mengemukakan masalah seputar *social accountability*, yang mana secara khas tindakan ini dapat dipertanggungjawabkan dalam media-media seperti laporan tahunan maupun dalam bentuk iklan-iklan yang berorientasi sosial.

Menurut Verrecchia (1983, dalam Suratno dkk., 2006) dengan *discretionary disclosure* teorinya mengatakan pelaku lingkungan yang baik percaya bahwa dengan mengungkapkan performance mereka berarti menggambarkan good news bagi pelaku pasar. Oleh karena itu, perusahaan dengan *environmental performance* yang baik perlu mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan yang lebih dibandingkan dengan perusahaan dengan *environmental performance* lebih buruk. Penelitian dari Tuwaijri, et al. (2004) yang menemukan hubungan positif signifikan antara *environmental disclosure* dengan *environmental performance* menunjukkan hasil yang konsisten dengan teori tersebut. Begitu pula halnya dengan penelitian serupa di Indonesia oleh Suratno dkk.

(2006) yang menemukan hubungan yang positif dan signifikan secara statistik antara kinerja lingkungan dengan kinerja ekonomi. Dengan demikian, hipotesis pertama penelitian ini adalah

**H1 : Kinerja lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap CSR disclosure.**

### **2.9.2 Hubungan Size dengan CSR**

Dalam berbagai penelitian yang mendukung hubungan antara *size* perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan tidak semua penelitian memperlihatkan hasil yang signifikan. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini seperti yang disebutkan dalam Sembiring (2005) antara lain Roberts (1992), Sigh dan Ahuja (1983). Davey (1982) dan Ng (1985) juga tidak menemukan hubungan antara variabel ini dan hal tersebut menurut Guthrie dan Mathews (1985) mungkin disebabkan oleh rendahnya jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian tersebut..Sedangkan penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain Belkaoui dan Karpik (1989), Adam *et. al.*, (1995, 1998), Hackston dan Milne (1996), Kokubu *et. al.*, (2001), Hasibuan (2001) dan Gray *et. al.*, (2001), Hadi dan Arifin (2002), Yuniati (2000), Surtanto dan Baridwan (1989), Yuliani (2003). Berdasarkan asumsi teori agensi, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

**H2 : Size perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR disclosure.**

### 2.9.3 Hubungan Profitabilitas dengan CSR

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah diyakini mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang sama dengan gaya manajerial yang dilakukan pihak manajemen untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan (Bowman dan Haire, 1976 dalam Sembiring, 2003).

Heinze (1976) dalam Gray *et.al.* (1995b) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Riset penelitian empiris terhadap hubungan pengungkapan sosial perusahaan, profitabilitas menghasilkan hasil yang sangat beragam. penelitian yang dilakukan Hackston dan Milne (1996) dalam Sulastini (2007) melaporkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian di Indonesia yang dilakukan oleh Yuliani (2003) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.

Berbeda dengan pendapat di atas yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, Donovan dan Gibson (2000) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang

tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*goodnews*” kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Misalnya dalam lingkup sosial, ketika investor membaca laporan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan mereka tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas mempunyai hubungan negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Mengingat ketidakkonsistenan dari hasil penelitian para ahli yang telah dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini menguji kembali pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan sosial perusahaan manufaktur dalam laporan tahunan di Bursa Efek Indonesia. maka hipotesis yang dikemukakan:

**H3 : Profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap *CSR disclosure***

#### **2.9.4 Hubungan *Profile* dengan *CSR***

Penelitian yang berkaitan dengan *profile* perusahaan kebanyakan mendukung bahwa industri *high-profile* mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosialnya lebih banyak dari industri *low-profile*.

Cowen *et al.* (1987) dalam Devina (2004) menyatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen akan lebih memperhatikan pertanggungjawaban

sosialnya kepada masyarakat karena hal ini akan meningkatkan citra perusahaan dan mempengaruhi tingkat penjualan. Di Indonesia, Hasibuan (2001), Utomo (2000), maupun Hackston dan Milne (1996) memasukan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agrobisnis,tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), *engineering* kesehatan, transportasi dan pariwisata sebagai perusahaan yang *high profile* sedangkan bangunan, keuangan dan perbankan, *supplier* peralatan medis, properti, *retailer*, tekstil dan produk tekstil, produk personal, produk rumah tangga sebagai perusahaan yang *low profile*.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya dan definisi di atas, penelitian ini akan memasukkan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi dan pariwisata sebagai perusahaan yang *high profile* sedangkan bangunan, keuangan dan perbankan, *supplier* peralatan medis, *retailer*, tekstil dan produk tekstil, produk personal, produk rumah tangga sebagai perusahaan yang *low profile*. Penelitian berkaitan dengan pengungkapan sosial yang dilakukan pada perusahaan *high profile* dan *low profile* di Selandia Baru menunjukkan bahwa perusahaan *high profile* melakukan pengungkapan sosial yang lebih tinggi daripada perusahaan *low profile* (Hackston dan Milne, 1996). Hasil penelitian yang sama ditemukan oleh Hasibuan (2001), Yuliani. (2003), Utomo (2000), Hackston dan Milne (1996). Penelitian ini akan mencoba menguji kembali pengaruh *profile*

perusahaan terhadap praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

**H4 : *Profile* perusahaan berpengaruh positif terhadap *CSR disclosure***

#### **2.9.5 Hubungan Ukuran Dewan Komisaris dengan *CSR***

Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Coller dan Gregory (1999) dalam Sembiring (2006) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan memonitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Jika dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Oleh karena itu, sejalan dengan pendapat Coller dan Gregory (1999), Beasley (2000) dan Arifin (2002), hipotesis berikut ini dikemukakan.

**H5 : Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap *CSR disclosure***

#### **2.9.6 Hubungan *Leverage* dengan *CSR***

Perjanjian terbatas seperti perjanjian hutang yang tergambar dalam tingkat *leverage* dimaksudkan membatasi kemampuan manajemen untuk menciptakan transfer kekayaan antar pemegang saham dan pemegang obligasi (Jensen dan Meckling, 1976; Smith dan Warner, 1979 dalam Belkaoui dan Karpik, 1989). 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*. Hasil penelitiannya menunjukkan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Konsisten dengan penelitian Belkaoui dan Karpik (1989) serta Cormier dan Magnan (1999), variabel *leverage* akan diuji kembali pengaruhnya terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis berikut ini dikemukakan:

**H6 : *Leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap *CSR disclosure***

## **BAB III METODE**

### **PENELITIAN**

#### **3.1 Variabel Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel dependen dan lima variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *CSR*, sedangkan variabel independennya adalah kinerja lingkungan *size* perusahaan, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris dan leverage. Definisi dari variabel dependen dan independen dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut :

#### **3.2 Definisi Operasional Variabel**

##### **3.2.1 *CSR disclosure***

Dalam penelitian ini pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan variabel dependen. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan data yang diungkap oleh perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosialnya yang meliputi tema lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum (Sulastini, 2007).

*Check list* dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggung jawab social perusahaan yang mencakup tujuh kategori, yaitu; lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan

umum. Kategori ini diadopsi dari penelitian yang dilakukan Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005).

### 3.2.2 Kinerja lingkungan

Kinerja lingkungan perusahaan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). Kinerja lingkungan ini diukur dari prestasi perusahaan mengikuti program PROPER yang merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup melalui instrumen informasi. Sistem peringkat kinerja PROPER mencakup pemeringkatan perusahaan dalam lima (5) warna yakni :

- Emas : Sangat sangat baik; skor = 5
- Hijau : Sangat baik; skor = 4
- Biru : Baik skor = 3
- Merah : Buruk; skor = 2
- Hitam : Sangat buruk skor = 1

### 3.2.3 Size

*Size* perusahaan bisa didasarkan pada jumlah aktiva (aktiva tetap, tidak berwujud dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar (Cahyonowati, 2003). Pada penelitian ini size perusahaan dinyatakan dengan jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan manufaktur yang sudah terdaftar di BEI. Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui bahwa semakin besar jumlah tenaga

kerja yang dimiliki maka akan semakin besar pula tanggung jawab sosial yang harus diungkapkan (Bramantya, 2010).

### 3.2.4 Profitabilitas

Sri Sulastini (2007) Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Terdapat beberapa ukuran untuk menentukan profitabilitas perusahaan, yaitu : *return of equity, return on assets, earning per share, net profit* dan *operating ratio*.

Variabel profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Return On Asset (ROA)*. *ROA* adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan aktiva untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total (Stoner dan Sirait, 1994 dalam Bramantya, 2010). *Return on asset* merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus (Indira dan Dini, 2005):

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

### 3.2.5 Profile

Dummy variabel akan digunakan untuk mengklasifikasikan *high-profile* dan *low-profile*. *High-profile* akan diberi nilai 1 yaitu untuk perusahaan-perusahaan yang

bergerak di bidang: perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi, dan pariwisata (Hasibuan, 2010; Utomo 2000). Nilai 0 diberikan untuk perusahaan yang *low-profile*, yang meliputi bidang bangunan, keuangan dan perbankan, supplier peralatan medis, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga.

### **3.2.6 Ukuran Dewan Komisaris**

Ukuran dewan komisaris yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan Beasley (2000) dalam Sembiring (2005) yaitu jumlah anggota dewan komisaris.

### **3.2.7 Leverage**

*Leverage* yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan pengukuran yang digunakan Kokubu *et. al.* , (2001) yaitu rasio hutang terhadap modal sendiri. Semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio hutang / ekuitas) semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi (Belkaoui dan Karpik ,1989 dalam Rosmasita, 2007), supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial)

### **3.3 Populasi dan Sampel**

Menurut Indriantoro dan Bambang Supomo (2002) Populasi yaitu sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Sedangkan sampel merupakan sebagian elemen-elemen populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang tercatat (*go-public*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2008-2010 seperti yang tercantum dalam *Indonesian Capital Market Directory 2011*. Penggunaan perusahaan yang tercatat di BEI sebagai populasi karena perusahaan tersebut mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan tahunan kepada pihak luar perusahaan, sehingga memungkinkan data laporan tahunan tersebut diperoleh dalam penelitian ini.

Metode pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel ini cukup representatif karena Roscoe (1975) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa dalam analisis regresi berganda ukuran sampel hendaknya minimal sepuluh kali dari jumlah variabel dalam penelitian.

### **3.4 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.4.1 Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang

dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan (Indriantoro dan Bambang Supomo, 2002).

### **3.4.2 Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari:

1. ICMD (*Indonesian Capital Market Directory*).
2. Data base pasar modal, pojok BEI fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, tahun 2008-2010, untuk mengetahui Informasi pengungkapan sosial yang diungkapkan.

### **3.5 Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data dengan kategori dan klasifikasi dari berbagai sumber dan juga data dari laporan tahunan yang dipublikasikan oleh BEI yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

### **3.6 Metode Analisis**

#### **3.6.1 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik harus dilakukan dalam penelitian ini, untuk menguji apakah data memenuhi asumsi klasik. Hal ini untuk menghindari terjadinya estimasi yang bias mengingat tidak pada semua data dapat diterapkan regresi. Pengujian yang

dilakukan adalah uji Normalitas, uji Multikolinieritas, uji Heteroskedastisitas dan uji Autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam metode regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2005). Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi jika ada hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Ghozali, 2005). Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan menganalisis korelasi antar variabel dan perhitungan nilai *tolerance* serta *variance inflationfactor (VIF)*. Multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95% . Dan nilai *VIF* lebih besar dari 10, apabila *VIF* kurang dari 10 dapat dikatakan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model adalah dapat dipercaya dan objektif.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang

lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2005). Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antar SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu x adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di-studentized. Dasar analisisnya adalah:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) akan mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik penyebaran di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka terjadi heteroskedastisitas.

Untuk lebih menjamin keakuratan hasil maka dilakukann uji statistic dengan menggunakan uji Glejser. Uji Glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen (Ghozali, 2005). Jika dari hasil uji Glejser didapat bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel depeden nilai absolut  $U_t$  (Abs $U_t$ ) dan probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% maka dapat diambil kesimpulan model regresi tersebut tidak mengandung adanya Heteroskedastisitas. Hasil pengujian ini sejalan dengan grafik scatterplot.

#### d. Uji Autokorelasi

Digunakan uji statistik dari Durbin Watson untuk mendeteksi apakah ada serial korelasi (Autokorelasi) atau tidak dalam data time series yang digunakan. Serial korelasi adalah problem dimana dalam sekumpulan observasi untuk variabel tertentu antara observasi yang satu dengan yang lain ada hubungan atau korelasi. Langkah awal pendeteksian ini adalah mencari nilai  $d$  dari analisis regresi dan selanjutnya mencari nilai  $d_1$  dan  $d_u$  pada tabel dengan kriteria (Ghozali, 2005). Pengambilan Keputusan ada tidaknya autokorelasi :

1. Bila nilai DW terletak antara batas atas atau upper bound ( $d_u$ ) dan  $(4-d_u)$ , maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
2. Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah atau lower bound ( $d_1$ ), maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW lebih besar daripada  $(4-d_1)$ , maka koefisien korelasi autokorelasi lebih kecil dari pada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
4. Bila nilai DW terletak diantara batas atas ( $d_u$ ) dan batas bawah ( $d_1$ ) atau DW terletak antara  $(4-d_u)$  dan  $(4-d_1)$ , maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

#### 3.6.2 Uji Regresi Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2005) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05

( $\alpha=5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

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

### **3.6.3 Uji koefisien determinasi ( $R^2$ )**

Ghozali (2005) menyatakan nilai  $R^2$  digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variabel independen. Tapi, karena  $R^2$  mengandung kelemahan mendasar di mana adanya bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam model. Oleh karena itu, pada penelitian ini yang digunakan adjusted  $R^2$  berkisar antar nol dan satu. Jika nilai adjusted  $R^2$  makin mendekati satu maka makin baik kemampuan model tersebut dalam menjelaskan variabel dependen dan sebaliknya.

### **3.6.4 Uji Regresi Simultan (Uji F)**

Menurut Ghozali (2005) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara

simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

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

### 3.6.5 Uji Hipotesis

Metode regresi linier berganda (*multiple regression*) pada dasarnya merupakan ekstensi dari metode regresi dalam analisis bivariate yang umumnya digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen dengan skala pengukuran interval atau rasio suatu persamaan linear (Indriantoro dan Supomo, 2002).

Pengaruh antara karakteristik perusahaan dengan *CSR*, diukur dengan rumus, sbb:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Dimana :

a = konstanta

Y = *CSR*

X1 = kinerja lingkungan

X2 = size

X2 = profitabilitas

X3 = *Profile*

X4 = Jumlah anggota dewan komisaris

X5 = leverage

e = *Error*

b1, b2, b3, b4, b5, b6 = koefisien regresi