

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN  
TERHADAP *CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY DISCLOSURE* DAN  
IMPLIKASINYA TERHADAP *EARNING PER  
SHARE***

**(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek  
Indonesia)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

**MITA SEPTIANI**

**NIM. C2C009043**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**2013**

## **PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama Penyusun : Mita Septiani

Nomor Induk Mahasiswa : C2C009043

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH KARAKTERISTIK  
PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE  
SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE*  
DAN IMPLIKASINYA TERHADAP  
*EARNING PER SHARE***

Dosen Pembimbing : Hj. Siti Mutmainah, S.E., M.Si., Akt.

Semarang, 27 Februari 2013

Dosen Pembimbing,

(Hj. Siti Mutmainah, S.E., M.Si., Akt.)

NIP. 19730803 200012 2001

## **PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Nama Penyusun : Mita Septiani

Nomor Induk Mahasiswa : C2C009043

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH KARAKTERISTIK  
PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE  
SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE*  
DAN IMPLIKASINYA TERHADAP  
*EARNING PER SHARE***

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 15 Maret 2013**

Tim Penguji

1. Hj. Siti Mutmainah, S.E., M.Si., Akt. (.....)
2. Dr. P. Basuki Hadiprajitno, MBA, MAcc, Akt (.....)
3. Dr. Agus Purwanto, S.E., M.Si., Akt (.....)

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini saya, Mita Septiani, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE DAN IMPLIKASINYA TERHADAP EARNING PER SHARE**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

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

Semarang, 27 Februari 2013  
Pembuat Pernyataan,

Mita Septiani  
NIM : C2C009043

## ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD) dan implikasinya terhadap *Earning Per Share* (EPS). Penelitian ini dibagi menjadi dua. Penelitian pertama adalah menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap CSRSD. Penelitian yang kedua adalah menguji pengaruh CSRSD terhadap EPS.

Penelitian ini menggunakan dua model analisis regresi. Pada model pertama dengan menggunakan regresi linier berganda yang menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap CSRSD yang dilakukan perusahaan. Pada model kedua dengan menggunakan regresi linier sederhana yang meneliti CSRSD terhadap EPS. Sampel penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2011.

Hasilnya mengindikasikan bahwa pada model regresi pertama, karakteristik perusahaan yang terdiri atas ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap CSRSD yang dilakukan perusahaan. Hal ini terlihat pada nilai t-hitung keempat variabel lebih besar dari t-tabel dan memiliki nilai probabilitas kurang dari 0,05 dengan nilai beta positif. Variabel lain yang terdiri dari profitabilitas, *leverage*, kepemilikan manajemen dan ukuran komite audit tidak mempengaruhi CSRSD perusahaan. Untuk model kedua CSRSD, luas pengungkapan sukarela berpengaruh positif terhadap EPS Hal ini terlihat pada nilai t-hitung keempat variabel lebih besar dari t-tabel dan memiliki nilai probabilitas kurang dari 0,05 dengan nilai beta positif.

**Kata Kunci** : ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit, *Corporate Social Responsibility Disclosure*, *Earning Per Share*.

## **ABSTRACT**

*This study examined the influence of the firm characteristics to Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) and the implications to Earning Per Share (EPS). This study is divided into two part. The first study was to test the influence of the firm characteristics to the CSR. The second study was to test the influence of the CSR to EPS.*

*This study used two models of regression analysis. In the first model using multiple linear regression to examine the influence of firm characteristics on the CSR made by the firm. In the second model using simple linear regression to examine the influence CSR to EPS on the firm. Samples of this study was the manufacture company's annual report listed on the Indonesia Stock Exchange in 2010-2011.*

*The results of this study indicated that in the first regression model, the characteristics of companies consisting of firm size and board of commissioners have a positive influence to CSR that made by firm. This can be seen on t-calculated value of the two variables is greater than t-table and have a probability value of less than alpha 0.05 with a positive beta value. Other variables consisting of profitability, levels of leverage, management ownership and audit committee does not affect the CSR. For the second model, CSR have a positive effect to the earning per share. This can be seen on t-calculated value of the four variables is greater than t-table and have a probability value of less than alpha 0.05 with a positive beta value.*

**Keywords:** *firm size, profitability, level of leverage, management ownership, board of commissioners and audit committee, Corporate Social Responsibility Disclosure, Earning Per Share.*

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Al-Quran surat Ibrahim : 7

"Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti Kami akan menambah (nikmat) kepadamu, dan jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka sesungguhnya azab-Ku sangat pedih".

Al-Quran surat Ar-Rahman : 13

"Maka nikmat Tuhanmu yang manakah yang kamu dustakan?"

Al-Quran surat Ar-Ra'd : 11

"...Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan (nasib) suatu kaum, sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri..."

"Man Jadda Wa Jada, Man Shabara Zhafira - Siapa bersungguh sungguh ia akan berhasil, Siapa yang bersabar maka ia akan beruntung"

**Skripsi ini kupersembahkan untuk:**

- Bapak dan Ibuku tercinta terimakasih atas dukungan, nasehat serta doa dan kasih sayangnya yang tak pernah putus untukku..
- Kakak-kakakku tersayang, Ika Seliana Setyawati dan Affan Mardika
- Seluruh keluarga dan sahabat yang telah memberi semangat, nasihat, dan motivasi dalam hidupku.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, penulis panjatkan puja dan puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Dan Implikasinya Terhadap *Earning Per Share***”. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan untuk menyelesaikan studi sarjana S-1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, MSi., Akt., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak Prof. Dr. H. Muchamad Syafruddin, MSi., Akt., selaku Kepala Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Ibu Hj. Siti Mutmainah, S.E., MSi., Akt. selaku dosen pembimbing yang banyak meluangkan waktu, memberikan nasihat dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Nur Cahyonowati, S.E., M.Si., Akt. selaku dosen wali, yang telah membantu sejak awal penulis menuntut ilmu pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro untuk ilmu bermanfaat yang telah diajarkan.

6. Seluruh staf tata usaha dan perpustakaan atas segala bantuan selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
7. Orang tuaku tercinta, Bapak Nasun Sunanto dan Ibu Nartiyah yang selalu sabar dalam mendidik serta memberikan kasih sayang, memberikan doa, dukungan dan motivasi yang tak pernah putus. Semoga penulis selalu dapat memberikan yang terbaik dan menjadi anak yang berbakti.
8. Mbak Ika, Mas Affan, dan Mas Anggi yang selalu memberi nasihat, semangat, motivasi, dan doa selama ini.
9. Untuk teman-temanku tercinta Konny, Anisa, Ayu, Giska, Revani, Silvia, Ina, Ditia, Doni, Arta, Alvin, Adit, Albi, Tito, Rohman, Dila, Mayco yang selalu mendukung serta mengingatkanku. Terima kasih atas persahabatan dan kekeluargaannya selama di bangku kuliah.
10. Teman-teman KKN Pakis Aji, Jepara (Sekar, Karina, Rina, Bambang, Ridwan). Terima kasih atas dukungan yang diberikan kepada penulis.
11. Teman-teman Akuntansi S1 Reguler I 2009, yang telah memberikan arti pertemanan kepada penulis.
12. Pihak-pihak lain yang telah membantu penyelesaian skripsi, yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Semarang, 27 Februari 2013

Penulis

Mita Septiani

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	10
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	10
1.4 Sistematika Penulisan .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Teori <i>Stakeholder</i> .....	13
2.2 Teori Legitimasi .....	15
2.3 Teori Sinyal .....	18
2.4 <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	19
2.5 Pengungkapan Tanggung Jawab Social Perusahaan .....	23
2.6 Karakteristik Perusahaan .....	25
2.6.1 Ukuran Perusahaan .....	26
2.6.2 Profitabilitas .....	27
2.6.3 <i>Leverage</i> .....	28
2.6.4 Kepemilikan Manajemen .....	28
2.6.5 Ukuran Dewan Komisaris .....	28
2.6.6 Ukuran Komite Audit .....	30
2.7 Penelitian Terdahulu .....	31
2.8 Kerangka Pemikiran .....	35
2.9 Pengembangan Hipotesis .....	36
2.9.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap <i>CSR Disclosure</i> .....	36
2.9.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap <i>CSR Disclosure</i> .....	36
2.9.3 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap <i>CSR Disclosure</i> .....	38
2.9.4 Pengaruh Kepemilikan Manajemen terhadap <i>CSR Disclosure</i> .....	38
2.9.5 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap <i>CSR Disclosure</i> .....	40
2.9.6 Pengaruh Ukuran Komite Audit terhadap <i>CSR Disclosure</i> .....	41
2.9.7 Pengaruh <i>CSR Disclosure</i> terhadap <i>Earning Per Share</i> .....	42
BAB III METODE PENELITIAN .....	43
3.1 Populasi dan Sampel .....	43

3.2 Jenis dan Sumber Data .....	44
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	44
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	44
3.4.1 Variabel Dependen .....	44
3.4.2 Variabel Independen .....	46
3.5 Pengolahan Data .....	48
3.6 Metode Analisis .....	49
3.6.1 Statistik Deskriptif .....	49
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	50
3.5.2.1 Uji Normalitas .....	50
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas .....	51
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	51
3.6.3 Pengujian Hipotesis .....	52
3.6.2.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t) .....	52
3.6.2.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	53
3.6.2.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	53
BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....	55
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	55
4.2 Analisis Statistik Deskriptif .....	55
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	59
4.3.1 Uji Normalitas .....	59
4.3.2 Uji Multikolinearitas .....	62
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	63
4.4 Analisis Data .....	64
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	64
4.4.2 Uji Hipotesis Model Regresi .....	66
4.4.3 Persamaan Regresi .....	69
4.4.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	70
4.5 Pembahasan Hasil Analisis Model Regresi Pertama .....	71
4.5.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap <i>CSR Disclosure</i> .....	71
4.5.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap <i>CSR Disclosure</i> .....	72
4.5.3 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap <i>CSR Disclosure</i> .....	73
4.5.4 Pengaruh Kepemilikan Manajemen terhadap <i>CSR Disclosure</i> .....	73
4.5.5 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap <i>CSR Disclosure</i> .....	74
4.5.6 Pengaruh Ukuran Komite Audit terhadap <i>CSR Disclosure</i> .....	74
4.6 Pembahasan Hasil Analisis Model Regresi Kedua .....	75
BAB V PENUTUP .....	76
5.1 Kesimpulan .....	76
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	78
5.3 Saran .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	80
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	82

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian terdahulu .....	33
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Variabel Penelitian .....	48
Tabel 4.1 Ringkasan Pemilihan Sampel .....	55
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif .....	56
Tabel 4.3 Frekuensi Distribusi Dewan Komisaris dan Komite Audit .....	57
Tabel 4.4 CSR <i>Disclosure</i> Berdasarkan Tema GRI .....	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas .....	63
Tabel 4.7 Uji Signifikansi Simultan Model 1 .....	65
Tabel 4.8 Uji Signifikansi Simultan Model 2 .....	65
Tabel 4.9 Uji Hipotesis Mode Regresi Pertama .....	66
Tabel 4.10 Uji Hipotesis Mode Regresi Kedua .....	69
Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran .....	35
Grafik 4.1 Grafik Histogram Model 1 .....	60
Grafik 4.2 Grafik Normal P-Plot Model 1 .....	61
Grafik 4.3 Grafik Normal P-Plot Model 2 .....	62
Grafik 4.4 Grafik Scatterplot .....	64

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Item Pengungkapan CSR .....	82
Lampiran B Data Penelitian .....	89
Lampiran C Hasil Olah Data Statistik .....	93

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Di tengah dunia bisnis yang terus berkembang, setiap perusahaan berusaha untuk selalu dinamis mengikuti keinginan atau permintaan pasar. Selain itu, perusahaan tidak hanya dituntut mencari keuntungan atau laba semata tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial di masyarakat. Dari segi ekonomi, memang perusahaan diharapkan mendapatkan keuntungan yang setinggi-tingginya. Akan tetapi dari aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi kepada masyarakat yaitu dengan meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya.

Adanya dampak pada kerusakan lingkungan mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sebuah konsep yang tengah berkembang pesat dalam dunia bisnis. Menurut *World Business Council for Sustainable Development*, CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak secara etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat secara luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya.

Di Indonesia praktik pengungkapan CSR telah mendapat perhatian yang cukup besar. Hal ini dilatarbelakangi oleh adanya dampak kerusakan lingkungan yang mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya tanggung jawab

sosial perusahaan atau CSR. Tuntutan masyarakat dan perkembangan demokrasi serta derasnya arus globalisasi dan pasar bebas memunculkan kesadaran dari dunia industri tentang pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (Sukarni, 2010).

Praktik pengungkapan CSR mendorong pemerintah untuk memberlakukan peraturan yang mengatur praktik tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. Salah satunya adalah Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas pasal 74 dan pasal 66 ayat (2) poin c. Pasal 74 menyebutkan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Apabila praktik tanggung jawab sosial dan lingkungan tidak dilaksanakan akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan. Sementara itu, pasal 66 ayat (2) poin c yang menyebutkan bahwa laporan tahunan perusahaan harus memuat laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Penjelasan UU PT No. 40 Tahun 2007 pasal 74 menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam adalah perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam. Sedangkan, perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam adalah perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam.

Untuk melaksanakan ketentuan yang tertuang dalam UU PT No. 40 Tahun 2007, pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang diresmikan pada April 2012. Pada pasal 6 PP ini menyebutkan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan perusahaan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS. Dijelaskan pula pada pasal 7 bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Selain itu, peraturan yang lebih tegas mengatur tentang tanggung jawab sosial perusahaan adalah UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM) pasal 15 poin b yang menyatakan bahwa setiap penanaman modal wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Jika tidak, maka sanksi dapat dikenai sesuai dengan pasal 34 ayat (1) yaitu mulai peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal, atau pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.

Dengan adanya peraturan yang mengatur tentang tanggung jawab sosial ini terjadi perubahan paradigma pengungkapan CSR yang semula bersifat *voluntary* (sukarela) menjadi *mandatory* (wajib), karena di dalam peraturan-peraturan tersebut dijelaskan bahwa ada pengenaan sanksi bagi perusahaan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial. Selain itu kini perusahaan tidak lagi hanya memperhatikan kondisi *financial semata (single bottom line)*, melainkan sudah meliputi aspek keuangan, sosial, dan lingkungan atau yang biasa disebut *triple bottom line*. Sinergi dari tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Perusahaan manufaktur memiliki kontribusi yang cukup besar dalam masalah-masalah polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Hal ini disebabkan karena perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang paling banyak berinteraksi dengan masyarakat. Dalam proses produksinya perusahaan manufaktur mau tidak mau akan menghasilkan limbah produksi dan hal ini berhubungan erat dengan masalah pencemaran lingkungan.

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). Aksi protes ini bertujuan agar perusahaan lebih meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab sosial mereka dengan cara memperhatikan dan mempertimbangkan akibat dari kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menginvestigasi serta menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan implikasinya terhadap *Earning Per Share*. Karakteristik perusahaan yang akan diuji dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, *leverage*, kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris, dan ukuran komite audit.

Pada umumnya perusahaan yang besar akan mengungkapkan lebih banyak informasi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Selain itu perusahaan besar juga memiliki biaya politik yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan besar merupakan entitas yang paling banyak disorot oleh pasar dan

umum. Sebagai wujud akuntabilitas publik, perusahaan akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial kepada para *stakeholder* (Marwata, 2001). Fahrizqi (2010), Johan (2011) menemukan adanya hubungan positif antara ukuran perusahaan *CSR Disclosure*, sementara itu penelitian yang dilakukan Anggraini (2006) dan Rosmasita (2007) tidak menunjukkan hal yang serupa.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan. Dengan profitabilitas yang tinggi, akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSRnya. Penelitian yang dilakukan oleh Wardani (2009) dan Fahrizqi (2010) menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara profitabilitas dan *CSR Disclosure*. Namun demikian penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996) dan Anggraini (2006) tidak menunjukkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *CSR Disclosure*.

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), supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial). Penelitian yang dilakukan oleh Rosmasita (2007), Lestantyo (2009) dan Trisanti (2012) tidak menunjukkan adanya hubungan yang positif antara tingkat *leverage* dan *CSR Disclosure*.

Semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Keberadaan

manajemen yang sekaligus sebagai pemegang saham dapat mendorong perusahaan untuk lebih luas dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006), Rosmasita (2007) dan Aini (2011) menunjukkan adanya hubungan yang positif antara kepemilikan manajerial dengan *CSR Disclosure*. Namun demikian penelitian yang dilakukan Tamba (2007) dan Johan (2011) tidak menunjukkan hasil yang serupa.

Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Coller dan Gregory (dalam Sembiring, 2005) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan 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 yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Wardani (2009) dan Mardi (2010) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara ukuran dewan komisaris terhadap *CSR Disclosure*. Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh Fahrizqi (2010) dan Mulia (2010) tidak menunjukkan hasil yang serupa.

Komite audit bertugas untuk melakukan pemeriksaan atas proses perusahaan dalam memproduksi data finansial dan kontrol internal, eksistensi komite audit terletak pada peningkatan kualitas laporan keuangan. Eksistensi dari komite audit dengan proporsi yang tinggi pada proporsi direktur independen akan mereduksi biaya agensi dan meningkatkan kontrol internal yang akan berpengaruh pada kualitas terbaik dari suatu pengungkapan (Forker, 1992 dalam Said *et al.*, 2009). Penelitian yang dilakukan oleh Said *et al.* (2009) menunjukkan bahwa

adanya pengaruh yang signifikan antara komite audit dengan *CSR Disclosure*. Akan tetapi Nugroho (2011) menunjukkan hasil yang bertolak belakang.

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia memunculkan hasil yang beragam dan menarik untuk dikaji lebih dalam (Nurkhin, 2010). Beberapa peneliti telah menguji hubungan diantara kedua variabel tersebut. Said *et al.* (2009) meneliti hubungan antara karakteristik perusahaan dan pengungkapan CSR pada perusahaan di Malaysia. Said *et al.* (2009) menggunakan delapan karakteristik tata kelola perusahaan yaitu ukuran dewan, independensi dewan, dualitas CEO, komite audit, konsentrasi kepemilikan, kepemilikan manajerial, kepemilikan asing, dan kepemilikan pemerintah.

Hasil penelitian Said *et al.* (2009) menunjukkan hanya ada dua variabel yang berhubungan dengan pengungkapan CSR, yaitu independensi komite audit dan kepemilikan oleh pemerintah. Keduanya memiliki hasil yang positif berhubungan dengan tingkat pengungkapan CSR. Berbeda dengan Said *et al.* (2009) penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) menggunakan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan *leverage* untuk menguji hubungan antara karakteristik perusahaan dengan pengungkapan CSR.

Hasil penelitian Sembiring (2005) tidak menemukan adanya hubungan yang signifikan antara variabel profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) juga menunjukkan hasil yang serupa. Profitabilitas dan *leverage* tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan pengungkapan sosial. Sementara itu,

kepemilikan manajemen dan tipe industri memiliki hubungan yang signifikan. Penelitian Anggraini (2006) sejalan dengan penelitian Rawi (2008) yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kepemilikan manajemen dengan pengungkapan CSR.

Penelitian ini didasarkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Samy *et al.* (2010) mengenai hubungan antara pengungkapan CSR yang diukur dengan *Global Reporting Initiative* (GRI) dan kaitannya dengan *Earning Per Share* (EPS) pada 20 perusahaan terpilih di Inggris. Hasil penelitian tersebut menunjukkan dari 20 perusahaan terpilih hanya 4 perusahaan yang memenuhi kriteria GRI. Sementara itu analisis variabel CSR dan EPS sangat lemah (kausal) tetapi hubungan positifnya tampak jelas.

Di dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, pengungkapan CSR merupakan salah satu strategi untuk keberlangsungan bisnis yang diyakini dapat membangun keunggulan kompetitif, meningkatkan pangsa pasar, dan membuka pasar baru (Samy *et al.*, 2010). Suatu bisnis dapat memaksimalkan keberlangsungan jangka panjang mereka dengan meminimalkan dampak negatif yang dibuktikan melalui pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Halabi *et al.*, 2006 dalam Samy *et al.*, 2010). Disamping itu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dipercaya dapat meningkatkan kinerja perusahaan, karena para investor lebih cenderung menanamkan modal kepada perusahaan yang melakukan kegiatan CSR sebagai wujud tanggung jawabnya terhadap lingkungan. Apabila perusahaan yang ingin memiliki keberlangsungan bisnis, mereka akan menerapkan praktik CSR sebagai salah satu strategi dan operasi perusahaan yang diharapkan dapat meningkatkan nilai bagi pemegang saham

dalam bentuk *Earning Per Share* (EPS) dan nilai bagi para *stakeholder* (Samy *et al.*, 2010).

*Earning Per Share* merupakan salah satu indikator penting bagi para investor dan manajer internal. Selain itu menurut Williams (1995) dalam Samy *et al.* (2010) analisis keuangan sering fokus pada EPS sebagai salah satu indikator sederhana dan mudah digunakan dari keseluruhan kinerja perusahaan. EPS juga memiliki relevansi dengan *stakeholder* karena dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Semakin besarnya dampak kerusakan lingkungan di tengah dunia bisnis yang terus berkembang seperti saat ini mendorong perusahaan memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya. Tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholders* yang terkait dan/atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan tersebut. Namun demikian praktik CSR saat ini tidak hanya dilakukan sebatas tanggung jawab perusahaan akibat aktivitas operasionalnya tetapi juga digunakan sebagai salah satu strategi yang dapat digunakan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis.

Masih adanya ketidakkonsistenan dan keberagaman hasil penelitian dari penelitian sebelumnya, serta keterbatasan penelitian terdahulu, maka penelitian ini berupaya menguji kembali untuk mengetahui konsistensinya apabila diterapkan dalam kondisi perusahaan Indonesia saat ini. Dari uraian tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah karakteristik perusahaan yang mencakup ukuran (*size*) perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris, dan jumlah komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
2. Apakah pengungkapan CSR mempengaruhi *Earning Per Share* perusahaan?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan penelitian di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan (ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, *leverage*, kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris, dan jumlah komite audit) terhadap pengungkapan CSR suatu perusahaan.
2. Menganalisis pengaruh pengungkapan CSR terhadap EPS perusahaan.

#### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

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

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang ilmu akuntansi untuk menganalisis pengungkapan CSR sebagai tanggungjawab sosial perusahaan terhadap lingkungan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk

penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Pihak Perusahaan / Manajemen

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

### b. Bagi Calon Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan tahunan sehingga keputusan investasi diputuskan dengan tepat.

## 1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas mengenai landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini dan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis. Teori yang dibahas pada bab ini adalah teori *stakeholder*, teori legitimasi, dan teori sinyal.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas mengenai populasi dan sampel, variabel penelitian, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

### **BAB IV HASIL DAN ANALISIS**

Bab ini membahas mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini terdiri dari kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* muncul pada tahun 1984 melalui publikasi *Strategic Management-A Stakeholder Approach* oleh R. Edward Freeman. Menurut Freeman (1984) *stakeholder* adalah kelompok atau individu yang dipengaruhi oleh organisasi dan dapat mempengaruhi tujuan organisasi. Dalam teori ini manajemen merumuskan, mengelola, dan mengintegrasikan hubungan serta kepentingan pemegang saham, karyawan, pelanggan, pemasok, masyarakat dan kelompok lainnya dengan cara memaksimalkan jangka panjang perusahaan.

Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa dalam teori *stakeholder* perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* seperti pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Gray, Kouhy dan Adams (1994, p. 53) dalam Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa:

kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerful stakeholder*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya*.

Definisi *stakeholder* telah berubah secara substansial selama empat dekade terakhir. Pada awalnya, pemegang saham dipandang sebagai satu-satunya *stakeholder* perusahaan (Ghozali dan Chariri, 2007). Pandangan ini didasarkan

pada argumen Friedman (1962) dalam Ghozali dan Chariri (2007) yang mengatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemiliknya. Namun demikian, Freeman (1983) dalam Ghozali dan Chariri (2007) tidak setuju dengan pandangan ini dan memperluas definisi *stakeholder* dengan memasukkan konstituen yang lebih banyak, termasuk kelompok yang dianggap tidak menguntungkan (*adversial group*) seperti yang memiliki kepentingan tertentu dan regulator (Robets, 1992 dalam Ghozali dan Chariri, 2007).

*Stakeholder* pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu, *power stakeholder* ditentukan oleh besar kecilnya *power* yang mereka miliki atas sumber tersebut. *Power* tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (Deegan, 2000 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Oleh karena itu, “ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara yang memuaskan keinginan *stakeholder*” (Ullman, 1985 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Lebih lanjut, Ullman (1985) dalam Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa organisasi akan memilih *stakeholder* yang dipandang penting, dan mengambil tindakan yang dapat menghasilkan hubungan harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya.

Cara-cara yang dilakukan perusahaan untuk *me-manage stakeholder*-nya tergantung pada strategi yang diadopsi perusahaan (Ullman, 1985 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Perusahaan mungkin mengadopsi strategis yang aktif atau pasif. Perusahaan yang mengadopsi strategis aktif akan berusaha mempengaruhi hubungan organisasinya dengan *stakeholder* yang dipandang berpengaruh/penting (Ullman, 1985 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Hal ini menunjukkan bahwa *active posture* tidak hanya mengidentifikasi *stakeholder*, tetapi juga menentukan *stakeholder* mana yang memiliki kemampuan terbesar dalam mempengaruhi alokasi sumber ekonomi ke perusahaan. Sebaliknya, perusahaan dengan *passive posture* cenderung tidak terus-menerus memonitor aktivitas *stakeholder* dan secara sengaja tidak mencari strategi optimal untuk menarik perhatian *stakeholder*. Kurangnya perhatian terhadap *stakeholder* (dalam pendekatan *passive posture*) akan mengakibatkan rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan rendahnya kinerja sosial perusahaan (Ullman, 1985 dalam Ghozali dan Chariri, 2007).

Pengungkapan CSR penting karena para *stakeholder* perlu mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan stakeholder, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya (Riswari, 2012). Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham (Rustiarini, 2010).

## **2.2 Teori Legitimasi**

Teori legitimasi adalah teori yang menyatakan adanya kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan

menggunakan sumber ekonomi. Shocker dan Sethi (1974) dalam Ghozali dan Chariri (2007) memberikan penjelasan tentang konsep kontrak sosial sebagai berikut:

Semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial, baik eksplisit maupun implisit, dimana kelangsungan hidup dan pertumbuhannya didasarkan pada:

1. Hasil akhir (*output*) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas.
2. Distribusi manfaat ekonomi, sosial, atau politik kepada kelompok sesuai dengan *power* yang dimiliki.

Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan:

Karena legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.

Gray *et al.* (1995) berpendapat bahwa teori legitimasi dan teori *stakeholder* merupakan perspektif teori yang berada dalam kerangka teori ekonomi politik. Karena pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat. Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Ghozali dan Chariri (2007) memberikan alasan yang logis tentang legitimasi organisasi dan mengatakan sebagai berikut:

Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual atau potensial terjadi diantara kedua sistem nilai tersebut, maka akan ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan.

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Ghozali dan Chariri, 2007). Dengan demikian, legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (O'Donovan, 2002). Ketika ada perbedaan antara nilai-nilai yang dianut perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat, legitimasi perusahaan akan berada pada posisi terancam (Dowling dan Pfeffer, 1975 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Perbedaan antara nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai sosial masyarakat sering dinamakan "*legitimacy gap*" dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatan usahanya (Dowling dan Pfeffer, 1975 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). *Legitimacy gap* dapat terjadi karena tiga alasan (Warticl dan Mahon, 1994 dalam Ghozali dan Chariri, 2007):

- a. Ada perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah.
- b. Kinerja perusahaan tidak berubah tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan telah berubah.
- c. Kinerja perusahaan dan harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan berubah ke arah yang berbeda, atau ke arah yang sama tetapi waktunya berbeda.

Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa kegiatan perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan, sehingga praktik pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. Selain itu, praktik pengungkapan sosial dan lingkungan dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas

perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan baik dalam pengaruh yang baik maupun dampak yang buruk. Chariri (2006) dalam Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa dalam penelitiannya berhasil menunjukkan bahwa suatu perusahaan asuransi-meskipun tidak banyak menimbulkan kerusakan sosial dan lingkungan-mengungkapkan informasi tentang pelatihan, sumbangan sosial, keterlibatan dalam aktivitas sosial dalam pelaporan keuangan karena perusahaan tersebut tidak mau terlibat dalam konflik sosial dengan masyarakat dan berusaha hidup rukun dengan masyarakat, sehingga memperoleh *legitimacy* atas aktivitasnya. Dalam konteks ini, Parker (1986, p.76) dalam Ghozali dan Chariri (2007) menyimpulkan bahwa :

..*social disclosure* dapat berfungsi sebagai respon dini perusahaan terhadap tekanan peraturan ... dan sebagai *counter* terhadap intervensi pemerintah atau tekanan dari kelompok eksternal. Oleh karena itu, dari pandangan ini, *social disclosure* mungkin digunakan untuk mengantisipasi atau menghindari tekanan sosial. Pada saat yang sama, pengungkapan tersebut digunakan untuk mengungkapkan reputasi perusahaan di mata publik.

### **2.3 Teori Sinyal**

Teori sinyal adalah teori yang menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal (Sari dan Zuhrotun, 2006). Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor dan kreditor). Kurangnya informasi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri

mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan, dengan mengurangi asimetri informasi.

Untuk mengurangi asimetri informasi maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun non keuangan. Salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility*. Informasi ini dapat dimuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial perusahaan terpisah. Perusahaan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan (Rustiarini, 2010).

Informasi tentang pengungkapan CSR merupakan suatu sinyal perusahaan untuk mengkomunikasikan kinerja perusahaan dalam jangka panjang, karena CSR terkait dengan *acceptability* dan *sustainability*, yang artinya perusahaan diterima dan berkelanjutan untuk dijalankan di suatu tempat dalam jangka panjang. *Acceptability* dan *sustainability* juga terkait dengan resiko bagi investor, karena perusahaan bertanggung jawab pada dampak sosial dan lingkungan, termasuk didalamnya tanggung jawab terhadap tenaga kerja dan keamanan produk bagi konsumen memiliki resiko terjadinya konflik sosial dan lingkungan yang lebih rendah dibanding perusahaan yang tidak melakukan dan mengungkapkan kegiatan CSRnya (Adisusilo, 2011).

#### **2.4 Corporate Social Responsibility**

Konsep tanggung jawab sosial (*social responsibility*) perusahaan pertama kali dikemukakan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953. Perkembangan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terjadi selama kurun waktu

lima puluh tahun lebih, telah mengubah orientasi CSR. Bila pada awalnya aktivitas CSR lebih banyak dilandasi oleh kegiatan yang bersifat filantropi, maka saat ini CSR telah dijadikan sebagai salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan yang akan turut mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan (*corporate financial performance*).

Milton Friedman (dalam Solihin, 2009) mendefinisikan CSR adalah menjalankan bisnis sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan (*owners*), biasanya dalam bentuk menghasilkan uang sebanyak mungkin dengan senantiasa mengindahkan aturan dasar yang digariskan dalam suatu masyarakat sebagaimana diatur oleh hukum dan perundang-undangan. Menurut Hackston dan Milne (1996) *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Sedangkan menurut Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

*Princes of Wales Foundation* (dalam Untung, 2008) menyatakan bahwa ada lima hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi CSR, pertama, menyangkut *human capital* atau pemberdayaan manusia. Kedua, *environments* yang berbicara tentang lingkungan. Ketiga adalah *Good Corporate Governance*. Keempat, *social cohesion* yang artinya dalam melaksanakan CSR jangan sampai

menimbulkan kecemburuan sosial. Kelima adalah *economic strength* atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian di bidang ekonomi.

Implementasi CSR yang dilakukan perusahaan merupakan salah satu wujud pelaksanaan prinsip *corporate governance*. Perusahaan yang telah melaksanakan *corporate governance* dengan baik sudah seharusnya melaksanakan aktivitas CSR sebagai wujud kepedulian perusahaan pada lingkungan sosial (Rustiarini, 2010). Dengan demikian, praktik pengungkapan CSR tidak lepas dari penerapan *good corporate governance*.

Carroll (1979) dalam Solihin (2009) lebih lanjut menjelaskan komponen-komponen tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam empat kategori, yaitu *economic responsibilities*, *ethical responsibilities*, *legal responsibilities*, dan *discretionary responsibilities*. Penjelasan masing-masing kategori tanggung jawab sosial tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Economic Responsibilities*

Tanggung jawab sosial utama perusahaan adalah tanggung jawab ekonomi karena lembaga bisnis terdiri atas berisi aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.

2. *Legal Responsibilities*

Masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan menaati hukum dan peraturan yang berlaku.

3. *Ethical Responsibilities*

Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis.

#### 4. *Discretionary Responsibilities*

Masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka. Ekspektasi masyarakat tersebut dipenuhi oleh perusahaan melalui berbagai program yang bersifat filantropis

Menurut Putri Suhandari M dalam artikelnya *Schema CSR* dalam Kompas, 4 Agustus 2007 yang dikutip oleh Untung (2008) menyebutkan bahwa implementasi CSR memberikan manfaat bagi perusahaan antara lain:

- Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merk perusahaan;
- Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial;
- Mereduksi risiko bisnis perusahaan;
- Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha;
- Membuka biaya, misalnya terkait dengan dampak pembuangan limbah;
- Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*;
- Memperbaiki hubungan dengan regulator;
- Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan; dan
- Peluang mendapatkan penghargaan.

*The Business Roundtable* (1981) dalam Solihin (2009) mengeluarkan “*Statement on Corporate Responsibility*” yang menyebutkan pentingnya perusahaan melayani seluruh konstituen perusahaan yang terdiri dari:

- a. pelanggan
- b. karyawan
- c. para penyedia dana (*financiers*)
- d. pemasok
- e. masyarakat setempat (*communities*)

f. masyarakat luas (*society at large*)

g. pemegang saham (*shareholders*)

Aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan akan memiliki berbagai dampak terhadap lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Perusahaan dituntut untuk mengelola dampak kegiatan perusahaan agar memungkinkan terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*). Pembangunan berkelanjutan tersebut tentunya hanya akan dapat diraih apabila perusahaan melakukan pengelolaan dampak operasi mereka pada tiga aspek, yakni ekonomi, sosial, dan lingkungan atau yang sering disebut *konsep triple bottom line*. Saat ini, penyusunan *sustainability report* perusahaan lebih banyak mengacu kepada pedoman penyusunan *sustainability report* dari Global Reporting Initiative (GRI) (Solihin, 2009).

## **2.5 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*)**

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menurut Gray *et al.* (1987) dalam Rosmasita (2007) adalah proses pengkomunikasian efek-efek sosial dan lingkungan atas tindakan-tindakan ekonomi perusahaan pada kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dan pada masyarakat secara keseluruhan. Jadi agar bentuk tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan diketahui oleh berbagai pihak yang berkepentingan, maka hal tersebut perlu diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan (Waryanto, 2010).

Tujuan pengungkapan sosial perusahaan juga diungkapkan oleh Darwin (2007) yang dikutip dalam Novita dan Djakman (2008) yaitu bertujuan untuk menjalin komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan

*stakeholders* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan kepedulian dan tanggung jawab sosial (CSR) dalam setiap aspek kegiatan operasinya. Hal yang serupa juga disampaikan oleh Chariri dan Ghozali (2007) bahwa praktik pengungkapan sosial perusahaan memainkan peranan penting bagi perusahaan karena perusahaan hidup di lingkungan masyarakat dan kemungkinan aktivitasnya memiliki dampak sosial lingkungan. Praktik pengungkapan sosial lingkungan juga dapat menyelaraskan nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai sosial, menghindari tekanan dari kelompok tertentu, meningkatkan image dan reputasi perusahaan, menunjukkan prinsip-prinsip manajerial dan menunjukkan tanggung jawab sosial perusahaan (O'Donovan, 2002).

Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa *corporate social reporting* terbagi menjadi tiga kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial. Sedangkan Zhegal dan Ahmed (1990) dalam Anggraini (2006) mengidentifikasikan hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan, yaitu:

- 1 Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
- 2 Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi.
- 3 Praktik bisnis yang wajar, meliputi pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial.
- 4 Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni.
- 5 Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi.

Pada umumnya perusahaan menggunakan kerangka yang dikembangkan dari *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai acuan dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Menurut Pedoman Laporan Keberlanjutan ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)) kerangka pelaporan GRI ditujukan sebagai sebuah kerangka yang dapat diterima umum dalam melaporkan kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial dari organisasi. Kerangka ini didesain untuk digunakan oleh berbagai organisasi yang berbeda ukuran, sektor, dan lokasinya. Selain itu kerangka ini juga memperhatikan pertimbangan praktis yang dihadapi oleh berbagai macam organisasi dari perusahaan kecil sampai kepada perusahaan yang memiliki operasi ekstensif dan tersebar di berbagai lokasi. Kerangka Pelaporan GRI mengandung kandungan isi umum dan sektor secara spesifik yang telah disetujui oleh berbagai pemangku kepentingan di seluruh dunia dan dapat diaplikasikan secara umum dalam melaporkan kinerja keberlanjutan dari sebuah organisasi.

## **2.6 Karakteristik Perusahaan**

Karakteristik perusahaan merupakan faktor-faktor yang membedakan perusahaan tersebut dengan perusahaan yang lain. Menurut Lang and Lundholm (1993) dalam Rosmasita (2007) karakteristik perusahaan dapat menjelaskan variasi luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan serta karakteristik perusahaan merupakan prediktor kualitas pengungkapan. Setiap perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda satu entitas dengan entitas lainnya. Lang and Lundholm (1993) dan Wallance (1994) membagi karakteristik perusahaan menjadi tiga kategori yaitu, variabel struktur (*structure-related variables*),

variabel kinerja (*performance-related variable*), dan variabel pasar (*market-related variables*).

Karakteristik yang dipakai dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, *leverage*, kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris dan ukuran komite audit. Keenam karakteristik tersebut, empat diantaranya, yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris merupakan karakteristik yang digunakan oleh Sembiring (2005), sedangkan dua karakteristik yang lain merupakan karakteristik tambahan yang diindikasikan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Karakteristik tambahan tersebut adalah kepemilikan manajemen dan ukuran komite audit.

Penelitian mengenai hubungan karakteristik perusahaan dengan CSR *disclosure* telah banyak dilakukan dan memiliki hasil yang beragam. Penelitian tersebut diantaranya dilakukan oleh Adhi (2012), Johan (2011), Mahatma (2010), dan Anggraini (2006).

### **2.6.1 Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan adalah ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan. Untuk mengukur *size* perusahaan, penelitian Fitriani (2001) memberikan tiga alternatif, yaitu total aset, penjualan bersih dan kapitalisasi pasar. Penelitian Fitriani (2001) menunjukkan bahwa variabel *size* mempunyai positif terhadap kelengkapan pengungkapan. Jadi semakin besar *size* perusahaan maka akan semakin luas pengungkapannya. Dalam penelitian ini *size* perusahaan didasarkan pada total aset, karena berdasarkan penelitian Fitriani (2001) total aset lebih menunjukkan *size* perusahaan dibandingkan kapitalisasi pasar (*market capitalization*).

Menurut Cowen *et al.* (1987) dalam Sembiring (2005), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan. Perusahaan yang lebih besar mempunyai aktivitas yang lebih banyak dan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, serta mungkin akan memiliki pemegang saham yang lebih banyak yang akan selalu memperhatikan program sosial yang dibuat oleh perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas.

### **2.6.2 Profitabilitas**

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan mengukur tingkat efisiensi dan efektivitas manajemen dalam menggunakan aset yang dimiliki perusahaan. Profitabilitas merupakan faktor penting yang digunakan investor dalam pengambilan keputusan untuk melakukan investasi. Selain itu, profitabilitas juga menjadi salah satu pertimbangan bagi kreditur dalam memberikan pinjaman kepada perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan mendorong para manager untuk memberikan informasi yang lebih rinci sehingga dapat meyakinkan investor dan kreditor terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Menurut Heinze dalam Hackston dan Milne (1996), profitabilitas perusahaan merupakan faktor yang memungkinkan manajemen untuk bebas dan fleksibel dalam menjalankan program tanggung jawab sosial yang lebih luas. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi social.

### **2.6.3 Leverage**

*Leverage* alat untuk mengukur seberapa besar aktivitas perusahaan dibiayai oleh hutang. Tingginya tingkat *leverage* menunjukkan adanya kemungkinan bahwa perusahaan tidak dapat melunasi kewajibannya. Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Waryanto (2010) semakin tinggi tingkat leverage (rasio utang/ekuitas) semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit, sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi dengan cara mengurangi biaya-biaya, termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial.

### **2.6.4 Kepemilikan Manajerial**

Kepemilikan manajemen menggambarkan jumlah lembar saham yang dimiliki manajemen. Disamping mengatur operasional perusahaan, manajemen juga memiliki wewenang dalam pengambilan keputusan. Menurut Anggraini (2006) semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut (Gray *et al.*, 1988 dalam Anggraini, 2006).

### **2.6.5 Ukuran Dewan Komisaris**

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat 6 menjelaskan bahwa dewan komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi

nasihat kepada direksi. Pengawasan dan pemberian nasihat dilakukan untuk kepentingan perusahaan dan sesuai dengan maksud dan tujuan perusahaan.

Pasal 108 UU PT menjelaskan bahwa dewan komisaris terdiri atas satu orang anggota atau lebih. Perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan menghimpun dan/atau mengelola dana masyarakat, perusahaan yang menerbitkan surat pengakuan utang kepada masyarakat atau Perusahaan Terbuka wajib mempunyai paling sedikit 2 (dua) orang anggota Dewan Komisaris. Anggota dewan komisaris diangkat dan diberhentikan oleh Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) sesuai dengan Anggaran Dasar perusahaan. Komposisi dewan komisaris akan menentukan kebijakan perusahaan termasuk praktek dan pengungkapan CSR.

Pasal 116 UU PT lebih lanjut menjelaskan bahwa dewan komisaris wajib untuk:

- membuat risalah rapat Dewan Komisaris dan menyimpan salinannya;
- melaporkan kepada perusahaan mengenai kepemilikan sahamnya dan/atau keluarganya pada perusahaan tersebut dan perusahaan lain; dan
- memberikan laporan tentang tugas pengawasan yang dilakukan yang telah dilakukan kepada RUPS

Menurut Coller dan Gregory (1999) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya.

### **2.6.6 Ukuran Komite Audit**

Pembentukan dan pedoman pelaksanaan kerja komite audit diatur dalam Keputusan Ketua BAPEPAM Kep-29/PM/2004 yang tertuang dalam Peraturan Nomor IX.I.5. Menurut peraturan tersebut, komite audit adalah komite yang dibentuk oleh Dewan Komisaris dalam rangka membantu melaksanakan tugas dan fungsinya. Tugas komite audit adalah memberikan pendapat kepada dewan komisaris terhadap laporan atau hal-hal yang disampaikan oleh direksi kepada dewan komisaris dan melaksanakan tugas yang berkaitan dengan dewan komisaris.

Komite audit juga memiliki wewenang dalam pelaksanaan tugasnya yaitu berwenang untuk mengakses catatan atau informasi tentang karyawan, dana, aset serta sumber daya perusahaan lainnya yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas. Dalam melaksanakan wewenang, komite audit wajib bekerja sama dengan pihak yang melaksanakan fungsi internal audit.

Ukuran komite audit menunjukkan jumlah anggota komite audit yang ada di suatu perusahaan. Dalam Peraturan Nomor IX.I.5 disebutkan bahwa komite audit terdiri dari sekurang-kurangnya satu orang komisaris independen dan sekurang-kurangnya dua orang anggota lainnya berasal dari luar emiten atau perusahaan publik.

Menurut Forker (1992) dalam Said *et al.* (2009) komite Audit dapat mengurangi biaya agensi dan meningkatkan pengendalian internal sehingga dapat meningkatkan kualitas laporan keuangan, termasuk laporan pengungkapan CSR-nya (Waryanto, 2010).

## 2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* telah banyak dilakukan di Indonesia dengan karakteristik perusahaan yang berbeda-beda dan hasil penelitian yang beragam. Hackston dan Milne (1996) menyelidiki tentang praktik pengungkapan sosial pada 47 perusahaan di New Zealand. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, dan tipe industri memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap luas pengungkapan sosial perusahaan, sedangkan profitabilitas tidak mempengaruhi secara signifikan.

Sembiring (2005) berusaha untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta tahun 2002. Penelitian ini menggunakan variabel independen antara lain ukuran perusahaan, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan *leverage* perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profil perusahaan, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Anggraini (2006) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta selama tahun 2000-2004. Penelitian ini menggunakan variabel independen antara lain ukuran perusahaan, kepemilikan manajemen, tipe industri, profitabilitas, dan *leverage*. Penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan perusahaan.

Rosmasita (2007) berusaha meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan sosial dengan mempersempit objek penelitian yaitu hanya pada perusahaan manufaktur periode analisis dari tahun 2004-2005. Penelitian ini menggunakan variabel penduga antara lain kepemilikan manajemen, *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan sosial perusahaan.

Said *et al.* (2009) bertujuan untuk menguji hubungan antara CSR dan karakteristik *Corporate Governance* pada perusahaan di Malaysia. Karakteristik *Corporate Governance* yang digunakan antara lain ukuran dewan komisaris, direktur non-eksekutif independen, dualitas CEO, komite audit, konsentrasi kepemilikan, kepemilikan manajerial, kepemilikan asing, dan kepemilikan saham oleh pemerintah. Sampel penelitian ini adalah 150 perusahaan yang *listed* di Bursa Malaysia pada tahun 2006. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hanya ada dua variabel yang berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR di Malaysia yaitu kepemilikan saham oleh pemerintah dan komite audit.

Samy *et al.* (2010) berusaha untuk menganalisis kebijakan CSR yang didasarkan pada pemodan Global Reporting Initiative (GRI) dan mengambil langkah lebih lanjut dengan meneliti kecenderungan dengan *earning per share*. Penelitian ini mengambil 20 perusahaan terpilih di Inggris pada periode analisis 2002-2006. Hasil analisis regresi variabel CSR dan EPS menunjukkan adanya hubungan kausal yang sangat lemah namun hubungan positif yang tampak jelas ( $R^2 = 0.147$ )

Wijayanti, dkk. (2011) mencoba untuk meneliti hubungan antara CSR dengan kinerja keuangan yang diproksikan dalam *Return On Asset (ROA)*, *Return On Equity (ROE)*, dan *Earning Per Share (EPS)*. Penelitian ini mengambil 44 sampel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR hanya berpengaruh signifikan terhadap ROE dan tidak berpengaruh terhadap ROA dan EPS.

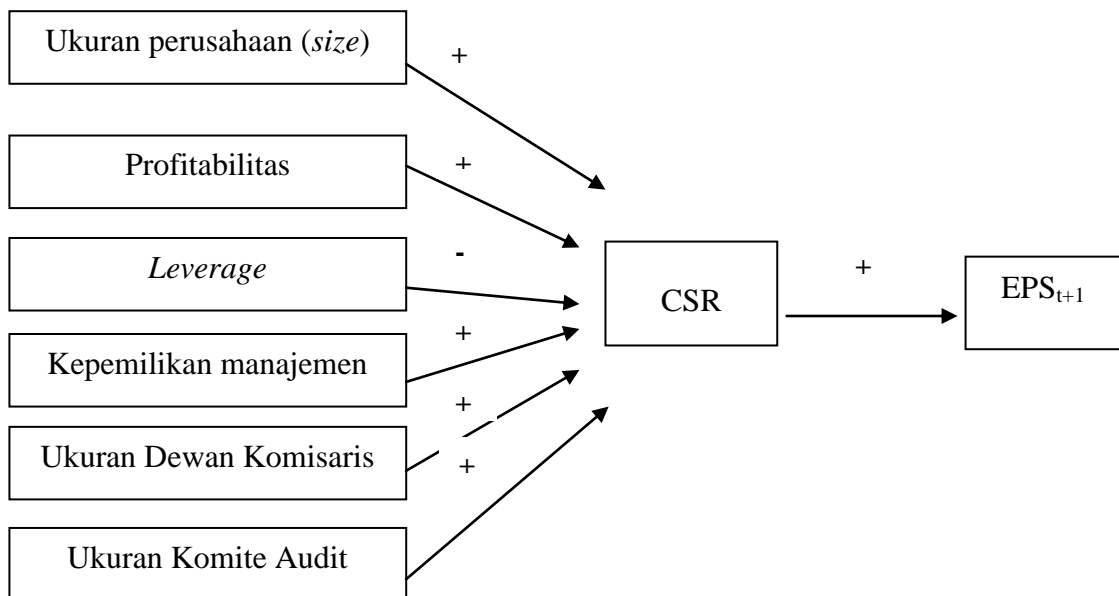
**Tabel 2.1**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

Peneliti	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
Hackston dan Milne (1996)	Ukuran perusahaan, tipe industri, profitabilitas perusahaan.	Regresi Berganda	Adanya hubungan positif signifikan antara ukuran perusahaan dan tipe industri terhadap pengungkapan sosial perusahaan sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan sosial perusahaan.
Sembiring (2005)	Independen: Size, profitabilitas, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan <i>leverage</i>  Dependen: Pengungkapan CSR	Regresi Berganda	Ukuran perusahaan, profil perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan variabel profitabilitas dan <i>leverage</i> tidak menunjukkan adanya hubungan dengan pengungkapan CSR.
Anggraini (2006)	Independen: Kepemilikan manajemen, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, tipe industri, profitabilitas  Dependen:	Regresi Berganda	Adanya pengaruh yang signifikan antara kepemilikan manajemen dan tipe industri terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan ukuran

	Pengungkapan CSR		perusahaan, profitabilitas, dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
Rosmasita (2007)	Independen: kepemilikan manajemen, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan dan profitabilitas  Dependen: Pengungkapan Sosial	Regresi Berganda	Pengujian secara simultan menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara faktor-faktor perusahaan terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Variabel kepemilikan manajemen berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan sosial perusahaan.
Said et al., (2009)	Independen: dewan komisaris, direktur non-eksekutif independen, dualitas CEO, komite audit, konsentrasi kepemilikan, kepemilikan manajerial, kepemilikan asing, dan kepemilikan saham oleh pemerintah  Dependen: CSR <i>disclosure</i>	Regresi Berganda	Kepemilikan saham oleh pemerintah dan komite audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap luas pengungkapan CSR pada perusahaan publik di Malaysia.
Samy <i>et al.</i> , (2010)	Independen: CSR <i>disclosure</i>  Dependen: EPS	Analisis Regresi	Analisis regresi variabel CSR dan EPS menunjukkan adanya hubungan kausal yang sangat lemah namun hubungan positif yang tampak jelas.
Wijayanti, dkk., (2011)	Independen: CSR <i>disclosure</i>  Kontrol: ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan jenis industri  Dependen: ROA, ROE, EPS	Analisis Regresi	CSR hanya berpengaruh signifikan terhadap ROE dan tidak berpengaruh terhadap ROA dan EPS.

## 2.8 Kerangka Penelitian

Penelitian ini menguji karakteristik perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang dilakukan oleh perusahaan dan implikasinya terhadap *Earning Per Share*. Karakteristik perusahaan diproksikan ke dalam ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, *leverage*, kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris, dan ukuran komite audit. Penelitian ini juga menguji lebih lanjut *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap *Earning Per Share*. Pengujian ini akan menguji *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang dilakukan oleh perusahaan dan *earning per share* tahun berikutnya yang dihitung dari jumlah laba per lembar saham. Kerangka pemikiran konseptual dalam penelitian ini ditunjukkan pada gambar 2.1 berikut:



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

## **2.9 Pengembangan Hipotesis**

### **2.9.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan (*size*) terhadap *CSR Disclosure***

Teori legitimasi dapat menjelaskan keterkaitan antara ukuran perusahaan dengan *CSR disclosure*. Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan besar memiliki aktivitas yang lebih banyak, sehingga menimbulkan dampak sosial lingkungan yang lebih besar pula dibandingkan dengan perusahaan kecil. Dengan mengungkapkan informasi sosial, perusahaan berharap keberadaannya lebih *legitimate* di masyarakat. Perusahaan besar juga lebih banyak mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar. Secara teoritis, perusahaan besar tidak lepas dari tekanan politis untuk melakukan pertanggungjawaban sosial.

Ukuran perusahaan menggambarkan besarnya aset yang dimiliki perusahaan. Menurut Sembiring (2005) perusahaan besar akan mendapat sorotan lebih banyak dari masyarakat. Oleh karena itu, pengungkapan yang lebih besar merupakan cara untuk mengurangi biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Fahrizqi (2010) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *CSR Disclosure*. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub> : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap *CSR Disclosure*

### **2.9.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap *CSR Disclosure***

Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) hubungan antara kinerja keuangan suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial paling baik

diekspresikan dengan pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari manajemen sama dengan kemampuan yang diminta untuk membuat suatu perusahaan memperoleh laba. 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).

Menurut Heinze (1976) dalam Hackston & Milne (1996) profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Profitabilitas merupakan indikator pengelolaan manajemen yang baik, sehingga manajemen akan cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi tambahan (sukarela) ketika ada peningkatan profitabilitas perusahaan. Trisanti (2012) menyimpulkan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan melakukan pengungkapan secara sukarela lebih banyak untuk menunjukkan kinerja perusahaan yang baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Fahrizqi (2010), Wardani (2009) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *CSR Disclosure*. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H<sub>2</sub> : Tingkat profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap *CSR Disclosure*

### **2.9.3 Pengaruh *Leverage* terhadap *CSR Disclosure***

Tingkat *leverage* adalah untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan kewajibannya kepada kreditor. Tingkat *leverage* mencerminkan ketergantungan perusahaan terhadap hutang untuk membiayai kegiatan operasionalnya. Dengan demikian, tingkat *leverage* juga menggambarkan resiko keuangan perusahaan (Waryanto, 2010).

Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Anggraini (2006) semakin tinggi *leverage*, kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial). Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Anggraini (2006) dan Rosmasita (2007) menunjukkan bahwa tingkat *leverage* berpengaruh negatif terhadap *CSR disclosure*. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H<sub>3</sub>: Tingkat *leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap *CSR Disclosure*

### **2.9.4 Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap *CSR Disclosure***

Kepemilikan manajerial menggambarkan jumlah lembar saham yang dimiliki manajemen. Teori legitimasi dapat menjelaskan keterkaitan antara kepemilikan manajerial dengan *CSR disclosure*. Setiap perusahaan pasti menginginkan kontinuitas usahan atau sering disebut dengan *going concern*. Dengan mengungkapkan informasi sosial perusahaan berharap keberadaannya

mendapatkan legitimasi dari lingkungan sekitar dan bisnis yang berkelanjutan dapat terwujud. Menurut Ghazali dan Chariri (2007) pengungkapan CSR merupakan alat manajerial yang digunakan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan serta sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan perusahaan.

Dengan adanya saham yang dimiliki oleh pihak manajemen, maka pihak manajemen turut aktif dalam pengambilan keputusan dan diprediksi akan lebih banyak informasi yang diungkapkan kepada publik dalam pembentukan citra serta legitimasi keberadaan perusahaan di masyarakat. Guna memperoleh legitimasi yang lebih besar maka keberadaan manajemen yang sekaligus sebagai pemegang saham dapat mendorong perusahaan untuk lebih luas dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Oleh karena itu kepemilikan manajerial akan semakin memotivasi manajemen untuk mengungkapkan aktivitas yang dilakukan perusahaan.

Menurut Gray *et al.* (1998) dalam Anggraini (2006) semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) dan Rosmasita (2007) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap CSR *Disclosure*. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H<sub>4</sub> : Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap CSR  
*Disclosure*.

### **2.9.5 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap CSR Disclosure**

Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007 Pasal 97 yang menjelaskan bahwa komisaris bertugas mengawasi kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan serta memberikan nasihat kepada direksi. Berdasarkan teori *stakeholder*, dewan komisaris merupakan wujud akuntabilitas untuk meyakinkan bahwa perusahaan memenuhi kepentingan para *stakeholder*, bukan hanya kepentingan pemegang saham (*shareholders*). Untuk memenuhi kepentingan para *stakeholder*, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat kepada manajemen untuk mengungkapkan informasi sosial perusahaan.

Ukuran dewan komisaris adalah jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan. Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya (Coller dan Gregory, 1999 dalam Sembiring, 2005). Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Aini (2011) menemukan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap CSR Disclosure. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis kelima yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H<sub>5</sub> : Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap CSR

*Disclosure*

### **2.9.6 Pengaruh Ukuran Komite Audit terhadap CSR Disclosure**

Dalam Keputusan Bapepam Nomor Kep-29/PM/2004 yang termuat dalam peraturan Nomor IX.I.5 disebutkan bahwa komite audit terdiri dari sekurang-kurangnya satu komisaris independen dan sekurang-kurangnya dua orang anggota lain yang berasal dari luar emiten atau perusahaan publik. Sesuai dengan teori *stakeholder*, keberadaan komite audit memiliki peran membatu dewan komisaris dalam mengawasi manajemen demi tercapainya kepentingan para *stakeholder*, bukan hanya kepentingan *shareholder*. Dengan adanya komite audit maka pengawasan yang dilakukan akan semakin baik dan kualitas pengungkapan informasi sosial perusahaan pun semakin meningkat. Menurut (Foker, 1992 dalam Said *et al.*, 2009) komite audit merupakan alat yang efektif untuk melakukan mekanisme pengawasan, sehingga dapat mengurangi biaya agensi dan meningkatkan kualitas pengungkapan perusahaan.

Perusahaan dengan ukuran komite audit yang besar akan mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan lebih besar. Semakin besar ukuran komite audit maka pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan semakin luas. Hal ini dikarenakan semakin besar ukuran komite audit, maka peran komite audit dalam mengendalikan dan memantau manajemen puncak akan semakin efektif. Hal ini mengakibatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan semakin luas (Sembiring, 2003). Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2003) dan Said *et al.* (2009) menemukan bahwa ukuran komite audit berpengaruh positif terhadap CSR Disclosure. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis keenam yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H<sub>6</sub> : Ukuran Komite Audit berpengaruh positif terhadap CSR Disclosure

### 2.9.7 Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Per Share (EPS)<sub>t+1</sub>

Informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi para investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan investasinya. Sesuai dengan teori sinyal, untuk mengurangi asimetri informasi maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun non keuangan. Begitupula dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang digunakan sebagai salah satu pertimbangan dalam keputusan investasi. 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 Penman (1992) dalam Samy, *et al.* (2010) menekankan bahwa EPS dianggap sebagai informasi penting bagi investor dan calon investor. Menurut Samy *et al.* (2010) *earning per share* dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Perusahaan akan mengungkapkan praktik CSR secara komperhensif dalam rangka menginformasikan *stakehodernya*. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis ketujuh yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H<sub>7</sub> : CSR Disclosure berpengaruh positif terhadap Earning Per Share (EPS)<sub>t+1</sub>

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar (*go public*) di Bursa Efek Indonesia seperti yang tercantum dalam *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) 2010-2011. Penggunaan perusahaan manufaktur sebagai populasi karena perusahaan-perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang relatif lebih banyak memiliki dampak pada lingkungan secara langsung.

Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan yang dipilih berdasarkan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel sesuai dengan kriteria tertentu. Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan termasuk dalam perusahaan manufaktur.
2. Laporan tahunan perusahaan dapat didownload melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia.
3. Perusahaan tidak mengalami kerugian dalam laporan keuangan pada tahun pengamatan karena perusahaan yang mengalami kerugian memiliki kecenderungan untuk tidak melakukan tanggung jawab social dan lingkungan.
4. Perusahaan memiliki *earning per share* bukan *loss per share*.

#### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

Data yang dikumpulkan berupa data kuantitatif, yaitu data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka). Sumber data penelitian ini adalah data

sekunder, berupa laporan tahunan atau *annual report* yang diperoleh dari Pojok BEI Fakultas Ekonomi UNDIP, situs resmi Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) dan website perusahaan.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah metode dokumentasi, yaitu penggunaan data yang berasal dari dokumen-dokumen yang sudah ada dengan cara mendownload *annual report* perusahaan manufaktur yang *listing* di BEI melalui situs resminya [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### **3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

#### **3.4.1 Variabel Dependen**

Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel independen. Pada penelitian ini terdapat dua variabel dependen, yaitu *CSR Disclosure* dan *earning per share*.

##### *a. CSR Disclosure*

*CSR Disclosure* adalah data yang diungkapkan perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan (Hackston dan Milne, 1996). *Global Reporting Initiative* (GRI) digunakan sebagai indikator pengungkapan tanggung jawab sosial dengan total 79 item pengungkapan antara lain: 9 item pengungkapan dalam Aspek Ekonomi, 30 item pengungkapan dalam Aspek Lingkungan, 9 item pengungkapan dalam Aspek Hak Asasi Manusia, 14 pengungkapan dalam Asepek Praktik Tenaga Kerja dan Pekerjaan yang Layak, 9 item pengungkapan dalam Aspek Tanggung Jawab Produk, serta 8 item pengungkapan dalam Aspek Sosial.

Menurut Samy, *et al.* (2010) kerangka pelaporan GRI dapat diterima oleh para pemangku kepentingan (*stakeholders*) secara umum untuk melaporkan pembangunan berkelanjutan perusahaan. GRI telah muncul sebagai salah satu upaya untuk menanggapi perdebatan pelaporan dan masalah pengukuran standar. *World Business Council for Sustainable Development* (1999) dalam Samy *et al.* (2010) berpendapat bahwa kerangka pelaporan GRI merupakan pedoman yang diterima secara luas karena GRI memiliki prinsip-prinsip materialitas, inklusivitas pemangku kepentingan, kelengkapan dan konteks keberlanjutan (Samy *et al.*, 2010).

Metode analisis isi (*content analysis*) digunakan untuk mengukur pengungkapan CSR. Pengukuran pengungkapan CSR tersebut dilakukan dengan cara mengamati ada tidaknya suatu item informasi yang ditentukan dalam GRI yang diungkapkan di dalam annual report. Apabila item informasi tidak ada dalam *annual report* maka diberi skor “0” dan jika item informasi yang ditentukan ada dalam *annual report* maka diberi skor “1”. Indeks luas pengungkapan CSR (CSRI) dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{CSRI} = \frac{V}{79}$$

Dimana: CSRI = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

V = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan

b. *Earning Per Share* (EPS)

Pengukuran *earning per share* merupakan laba bersih setelah pajak dikurangi dengan dividen dan dibagi dengan total saham yang beredar.

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak} - \text{dividen}}{\text{total saham beredar}}$$

### **3.4.2 Variabel Independen**

#### **3.4.2.1 Ukuran Perusahaan (*Size*)**

Ukuran perusahaan adalah suatu skala untuk mengukur besar kecilnya perusahaan yang menggambarkan besarnya asset atau total aktiva yang dimiliki perusahaan. Pengukurannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Size} = \log(\text{total Asset})$$

#### **3.4.2.2 Profitabilitas**

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Selain itu profitabilitas juga diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Pada penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return on Assets* (ROA). *Return on asset* (ROA) merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Pengukurannya adalah sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}}$$

#### **3.4.2.3 Leverage**

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditor dalam membiayai asset perusahaan atau proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Dalam penelitian ini, indikator

yang digunakan untuk mengukur tingkat *leverage* adalah *Debt To Equity Ratio* (DER). Pengukurannya adalah sebagai berikut:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Ekuitas}}$$

#### **3.4.2.4 Kepemilikan Manajemen**

Kepemilikan manajemen adalah jumlah lembar saham yang dimiliki manajemen. Kepemilikan manajerial diukur dari prosentase saham yang dimiliki oleh manajemen terhadap jumlah saham yang diterbitkan. Pengukurannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Kepemilikan Manajemen} = \frac{\% \text{ lembar saham yang dimiliki manajemen}}{\text{jumlah saham yang diterbitkan}}$$

#### **3.4.2.5 Ukuran Dewan Komisaris**

Ukuran Dewan Komisaris yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah anggota Dewan Komisaris dalam suatu perusahaan. Pengukurannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Dewan Komisaris} = \text{Jumlah anggota dewan komisaris perusahaan}$$

#### **3.4.2.6 Ukuran Komite Audit**

Ukuran Komite Audit yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah seluruh anggota Komite Audit dalam suatu perusahaan. Pengukurannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Komite Audit} = \text{jumlah komite audit perusahaan}$$

Berikut skematis variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini :

**Tabel 3.1**  
**Variabel dan Indikator Variabel Penelitian**

<b>Variabel Dependen</b>	<b>Indikator Variabel</b>	<b>Skala</b>
<i>CSR Disclosure</i>	Indeks Pengungkapan GRI	Rasio
<i>Earning Per Share</i>	(EAT-dividen) / jumlah saham beredar	Rasio
<b>Variabel Independen</b>	<b>Indikator Variabel</b>	<b>Skala</b>
Ukuran Perusahaan (X1)	Log Total Aset	Rasio
Profitabilitas (X2)	EAT/Total Aset	Rasio
<i>Leverge</i> (X3)	Total Kewajiban/Total Ekuitas	Rasio
Kepemilikan Manajemen (X4)	% lembar saham yang dimiliki manajemen	Rasio
Ukuran Dewan Komisaris (X5)	Jumlah anggota dewan komisaris	Rasio
Ukuran Komite Audit (X6)	Jumlah anggota komite audit	Rasio
<i>CSR Disclosure</i>	Indeks Pengungkapan GRI	Rasio

### 3.5 Pengolahan Data

Pengolahan data pada penelitian ini akan menggunakan dua tahap dan akan menggunakan dua model regresi, yaitu :

1. Tahap pertama menggunakan analisis regresi berganda untuk menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap *CSR Disclosure*. Model persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut :

$$Y = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Dimana:

Y = *CSR Disclosure*

$\alpha_0$  = konstanta

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_6$  = koefisien regresi

X1 = Ukuran Perusahaan

X2 = Profitabilitas

X3 = Leverage

- X4 = Kepemilikan Manajemen
- X5 = Ukuran Dewan Komisaris
- X6 = Ukuran Komite Audit
- e = error (kesalahan pengganggu)

2. Tahap kedua penelitian ini akan menggunakan analisis regresi sederhana untuk menguji pengaruh *CSR Disclosure* terhadap *Earning Per Share*. Persamaan regresi linear yang digunakan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

$$EPS_{t+1} = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + e$$

Dimana:

$\alpha_0$  = konstanta

$\beta_1$  = koefisien regresi

$X_1$  = *CSR Disclosure*

e = error (kesalah pengganggu)

### **3.6 Metode Analisis**

#### **3.6.1 Statistik Deskriptif**

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

#### **3.6.2 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kelayakan dari suatu model regresi yaitu memenuhi syarat–syarat dari asumsi klasik. Syarat-syarat tersebut harus terdistribusi secara normal, tidak mengandung multikolinearitas,

autokorelasi, dan heterokedasitas. Dalam penelitian ini analisis data tidak menggunakan uji autokorelasi karena data yang digunakan bukan *time series* melainkan *cross section*.

### 3.6.2.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2006), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah salam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal.

Alat uji yang digunakan adalah dengan analisis grafik histogram dan grafik *normal probability plot* dan uji statistik Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample K-S). Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

Dasar pengambilan keputusan dengan analisis grafik *normal probability plot* adalah (Ghozali, 2006):

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Dasar pengamnilan keputusan uji statistik dengan Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample K-S) adalah (Ghozali, 2006):

1. Apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti data residual terdistribusi tidak normal.

2. Apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih dari 0,05 maka  $H_0$  diterima. Hal ini berarti data residual terdistribusi normal.

### **3.6.2.2 Uji Multikolinearitas**

Ghozali (2006) mengatakan uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Multikolinearitas terjadi jika ada hubungan linear yang sempurna atau hamper sempurna antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2006). Untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Batas untuk *tolerance* adalah 0,10 dan batas VIF adalah 10 (Ghozali, 2006). Jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10 dan nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinearitas.

### **3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas**

Ghozali (2006) menyatakan bahwa uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Ghozali (2006) mengatakan bahwa terdapat beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas, yaitu melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID, dan deteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan

melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot antara SRESID dan ZPRED. 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 sebagai berikut:

- i. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- ii. Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

### **3.6.3. Pengujian Hipotesis**

Uji Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji signifikansi parameter individual (Uji statistik t), nilai statistik F, dan koefisien determinasi.

#### **3.6.3.1 Uji signifikansi parameter individual (Uji stastistik t)**

Menurut Ghozali (2006) uji stastistik 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 :

- i. 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.

- ii. 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.

#### **3.6.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)**

Menurut Ghozali (2006) Ghozali (2006) menyatakan bahwa uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- i. Quick Look: Bila nilai F lebih besar daripada 4 maka  $H_0$  dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%. Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- ii. Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel maka  $H_0$  ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_A$ ) diterima.

#### **3.6.3.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Ghozali (2006) mengatakan Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Ghozali (2006) menjelaskan bahwa kelemahan mendasar dari penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Bias yang dimaksudkan adalah setiap tambahan satu variabel independen, maka nilai  $R^2$  akan meningkat tanpa melihat apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Ghozali (2006) mengatakan bahwa disarankan menggunakan nilai *adjusted R<sup>2</sup>* pada saat mengevaluasi model regresi yang baik, hal ini dikarenakan nilai *adjusted R<sup>2</sup>* dapat naik dan turun bahkan dalam kenyataannya nilainya dapat menjadi negatif.