ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN, UKURAN DEWAN KOMISARIS DAN STRUKTUR KEPEMILIKAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)

pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi

Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

CHINTYA FADILA LAKSMITANINGRUM

NIM. C2C009223

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2013

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun	:	Chintya Fadila Laksmitaningrum
Nomor Induk Mahasiswa	:	C2C009223
Fakultas/Jurusan	:	Ekonomi/Akuntansi
Judul Skripsi	:	**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN, UKURAN DEWAN KOMISARIS DAN STRUKTUR KEPEMILIKAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011)**
Dosen Pembimbing	:	Dr.H.Agus Purwanto, M.Si., Akt.

Semarang, 17 Juni 2013

Dosen Pembimbing,

Dr.H.Agus Purwanto, M.Si., Akt.

NIP. 196808271992021001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa	:	Chintya Fadila Laksmitaningrum
Nomor Induk Mahasiswa	:	C2C009223
Fakultas/Jurusan	:	Ekonomi/Akuntansi
Judul Skripsi	:	**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN, UKURAN DEWAN KOMISARIS DAN STRUKTUR KEPEMILIKAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 15 Juli 2010

Tim Penguji :

1. Dr.H.Agus Purwanto, M.Si., Akt. (.....)
2. Dr. Hj. Indira Januarti, M.Si., Akt. (.....)
3. Agung Juliarto, SE., Msi., Akt, Ph.D (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Chintya Fadila Laksmitaningrum, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris dan Struktur Kepemilikan terhadap Pengungkapan CSR (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011), 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 meyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang,

Yang membuat pernyataan,

(Chintya Fadila Laksmitaningrum)

NIM: C2C009223

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

If you dare to dream, if you just believe

You can make anything come true

When you dare to dream, trust in what you feel

And create something real changing your destiny

Then NOTHING IS IMPOSSIBLE

If you dare to dream

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. *Papa dan mama tercinta dan tersayang, karena mereka yang selalu mengasihi, merawat, dan membesarkanku dengan penuh kasih sayang.*
2. *Adik-adikku yang tersayang, karena mereka yang selalu mendukung dan membantu penulis dengan doa.*
3. *Calon imamku tersayang, karena dia yang selalu menemani dan memotivasi penulis serta memberikan dukungan kepada penulis hingga skripsi ini selesai.*
4. *Nenek tercinta yang selalu mendukung dan memberikan doa kepada penulis.*
5. *Sahabat- sahabat tercinta yang selalu menemani dan berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.*

ABSTRACT

This study aimed to analyze the effect of firm characteristics and ownership structure of a company, namely profitability, liquidity, leverage, firm size, board size, institusional ownership structure, managerial ownership structure, and foreign ownership structure of broad disclosure of corporate social responsibility.

The population of this study is manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2009-2011. Sampling by using purposive sampling method, samples obtained amounted to 148 companies. Types of data used are secondary data with the method of documentation and literature method. The analytical tool used is multiple regression.

This study found that profitability, liquidity, board size and structure of foreign ownership has a positive effect on disclosure of corporate social responsibility. However, leverage, firm size, institutional ownership structures and managerial ownership structure did not affect on disclosure of corporate social responsibility.

***Keywords**: Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR), Profitability, Liquidity, Leverage, Company Size, Size of Board of Commissioners, Institutional Ownership Structure, Managerial Ownership Structure, Foreign Ownership Structure.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan dan struktur kepemilikan suatu perusahaan, yaitu profitabilitas, likuiditas, leverage, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, struktur kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode tahun 2009-2011. Penentuan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*, sampel yang diperoleh adalah sebesar 148 perusahaan. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder dengan metode dokumentasi dan metode studi pustaka. Alat analisis yang dipergunakan adalah regresi berganda.

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa profitabilitas, likuiditas, ukuran dewan komisaris dan struktur kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Akan tetapi, leverage, ukuran perusahaan, struktur kepemilikan institusional dan struktur kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kata kunci: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Asing

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan hanya bagi Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul "**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN, UKURAN DEWAN KOMISARIS DAN STRUKTUR KEPEMILIKAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011)"** dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Drs. H. Mohammad Nasir, Msi.Akt. Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
2. Bapak Dr.H.Agus Purwanto, S.E., M.Si., Akt. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk membimbing dan memberikan pengarahan serta masukan dalam penyelesaian skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Bapak Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, M.Si., Akt, selaku Ketua Jurusan Akuntansi yang telah memberikan banyak pelajaran penting dan juga nasehat untuk penulis.

4. Ibu Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si., Akt. selaku dosen wali yang senantiasa telah memantau dan memberikan motivasi untuk perkembangan anak didiknya dari awal perkuliahan hingga akhir studi di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
5. Segenap Bapak / Ibu Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang atas ilmu pengetahuan dan bantuannya yang telah diberikan selama ini.
6. Kedua orang tuaku yang selalu penulis cintai dan sayangi, Bapak Medi Kristianto, S.E.,M.Si.,Akt dan Ibu Kuniyanti Hadiatmaja, S.E.,Akt serta adik adikku yang tersayang, Rendi Setya Mahendra dan Rifki Khrisna Mahendra yang senantiasa telah memberikan doa, dukungan dan motivasi kepada penulis..
7. Nenek tercinta, Ibu Abdul Gani dan saudara-saudara keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan dan dorongan kepada penulis.
8. Roy Yuzaen Pradana yang selalu memberikan motivasi untuk maju disaat penulis dalam kondisi senang maupun susah sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terima kasih mas Roy.
9. Sahabat seperjuangan tersayang (Lulus, Shanty, Dien, Alco, Mayang, Puji dan Maria) yang saling mendukung, memberikan motivasi dan doa kepada penulis sehingga skripsi ini terselesaikan.
10. Teman-teman sekelas (Ocir, Prita, Sela, Denny, Adit, Zenuar, Yasinta, Dila dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu). Terimakasih atas doanya.
11. Teman-teman Akuntansi Reguler II 2009, terima kasih atas kebersamaan kita selama menempuh pendidikan di kampus tercinta ini.

12. Teman-teman sebimbingan (Adhimas, Tita, Adhy Karyo) yang saling mendukung dan memberikan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
13. Teman-teman KKN Kecamatan Pucanggading Kabupaten Batang yang selalu saya rindukan (Garnis, Mb Vera, Hesti, Inggan, Pipit, Arief, Sinyo dan Mas Santiko) terimakasih atas dukungan dan motivasinya selama ini. Terimakasih juga telah memberikan pengalaman yang berharga.
14. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terimakasih atas doa dan dukungannya selama ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa pengerjaan skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu penulis sangat membutuhkan saran dan kritik yang dapat membangun untuk kesempurnaan penelitian ini. Penulis mohon maaf apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat kesalahan, mengingat keterbatasan pengetahuan penulis.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Semarang , 17 Juni 2013

Penulis,

Chintya Fadila Laksmitaningrum

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL..... i

PERSETUJUAN SKRIPSI……...……...……..... ii

PERNYATAAN KELULUSAN.....……..... iii

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI..... iv

MOTTO DAN PERSEMBAHAN…….....……..….. v

ABSTRACT.....……....…….……..... vi

ABSTRAK……..……..... vii

KATA PENGANTAR……..……..... viii

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL…….....……..……..... xvi

DAFTAR GAMBAR…….....……....……..... xvii

DAFTAR LAMPIRAN…….....……..... xviii

BAB I

PENDAHULUAN…….....….....1

1.1 Latar Belakang Masalah…….....……....……..... 1

1.2 Rumusan Masalah…….....….....10

1.3 Tujuan Penelitian……...…..……....……..... 12

1.4 Manfaat Penelitian..... 12

1.5 Sistematika Penulisan……..... 13

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA..... 15

2.1 Landasan Teori..... 15

2.1.1 Teori *Agency*…..…….….....15

2.1.2 Teori *Stakeholder*..... 16

2.1.3 *Signaling Theory*..... 18

2.1.4 Teori Legitimasi..... 19

2.1.5 *Corporate Social Responsibility*..... 20

2.1.6 Pengungkapan CSR..... 23

2.1.7 Profitabilitas..... 33

2.1.8 Likuiditas..... 35

2.1.9 *Leverage*..... 36

2.1.10 *Size* perusahaan..... 37

2.1.11 Ukuran Dewan Komisaris..... .37

2.1.12 Struktur kepemilikan..... 38

2.1.12.1Struktur Kepemilikan Institusional.....38

2.1.12.2 Struktur Kepemilikan Manajerial..... 39

2.1.12.3 Struktur Kepemilikan Asing..... 40

2.2 Penelitian Terdahulu..... 41

2.3 Kerangka Pemikiran.....47

2.4 Pengembangan Hipotesis.....49

2.4.1 Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR.....49

2.4.1.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR.....49
2.4.1.2 Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan CSR.....50
2.4.1.3 Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan CSR.....52
2.4.1.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR.....53
2.4.2 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan CSR.....54
2.4.3 Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Pengungkapan CSR.....55
2.4.3.1 Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan CSR.....55
2.4.3.2 Pengaruh kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR.....56
2.4.3.3 Pengaruh kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR.....58

BAB III

METODE PENELITIAN.....60

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....60

3.1.1 Variabel Penelitian…….....…….....60

3.1.2 Variabel Independen…….....…….....60

3.1.3 Variabel Dependen..... 60

3.2 Populasi dan Sampel…….....67

3.3 Jenis data dan Sumber data..... 68

3.4 Metode Pengumpulan data..... 68

3.5 Metode Analisis..... 69

3.5.1 Uji Asumsi Klasik..... 69

3.5.1.1 Uji Normalitas..... 70

3.5.1.2 Uji Multikolinearitas..... 71

3.5.1.3 Uji Heterokedastisitas..... 72

3.5.1.4 Uji Autokolerasi..... 73

3.5.2 Uji Regresi Berganda..... 73

3.5.3 Pengujian Hipotesis..... 74

3.5.3.1 Uji T..... 74

3.5.3.2 Uji F 75

3.5.3.3 Koefisien determinasi..... 76

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN 77

4.1 Deskripsi Variabel Penelitian…….....……77

4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....78

4.3 Pengujian Asumsi Klasik.....85

4.3.1 Uji Normalitas 85

4.3.2 Uji Multikolinearitas 88

4.3.3 Uji Heterokedastisitas 90

4.3.4 Uji Autokorelasi 91

4.2.2 Pengujian Hipotesis.....92

4.4 Analisis Regresi Berganda 92

4.5 Pengujian Hipotesis.....94

4.5.1 Uji T 94

4.5.1.1Hipotesis 1 A.....94

4.5.1.2 Hipotesis 1 B.....94

4.5.1.3 Hipotesis 1 C.....95

4.5.1.4 Hipotesis 1 D.....95

4.5.1.5 Hipotesis 2.....96

4.5.1.6 Hipotesis 3 A.....96

4.5.1.7 Hipotesis 3 B.....97

4.5.1.8 Hipotesis 3 C.....97

4.5.2 Uji Simultan (Uji F) 98

4.5.3 Koefisien Determinasi 99

4.4 Interpretasi hasil……..……..100

4.4.1 Hipotesis 1 A.....101

4.4.2 Hipotesis 1 B.....102

4.4.3 Hipotesis 1 C.....103

4.4.4 Hipotesis 1 D.....105

4.4.5 Hipotesis 2.....106

4.4.6 Hipotesis 3 A.....108

4.4.7 Hipotesis 3 B.....109

4.4.8 Hipotesis 3 C.....111

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan…….....…….....……113

5.2 Keterbatasan Penelitian.....…….....114

5.3 Saran…….....…….....……114

DAFTAR PUSTAKA…….....…….....116

LAMPIRAN – LAMPIRAN…….....121

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Indikator pengungkapan CSR berdasarkan GRI 26

Tabel 2.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu 44

Tabel 4.1 Perincian Sampel 77

Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Penelitian 78

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Awal 86

Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Akhir 86

Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas Multivariate 88

Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas 89

Tabel 4.7 Hasil Uji Heterokedastisitas – Uji Glejser..... 91

Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi 92

Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi 93

Tabel 4.10 Ringkasan Hipotesis 98

Tabel 4.11 Uji Simultan 98

Tabel 4.12 Koefisien Determinasi 99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran 49

Gambar 4.1 Uji Normalitas Multivariate 87

Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas 90

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : Daftar Pengungkapan Csr Tahun 2009 - 2011..... 121

LAMPIRAN B : Data Penelitian..... 123

LAMPIRAN C : Daftar Nama Perusahaan Sampel 128

LAMPIRAN D : Hasil Output SPSS 131

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Isu yang berbeda mengenai tanggung jawab sosial perusahaan / *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah menarik perhatian akademisi dan manajer selama beberapa dekade terakhir ini. CSR telah digunakan dalam konteks akademisi dan sektor korporasi seperti filantropi, tanggung jawab, corporate citizenship, etika bisnis, stakeholding, keterlibatan masyarakat, investasi bertanggung jawab sosial, keberlanjutan, triple garis akuntabilitas, perusahaan dan kinerja sosial perusahaan. Dewan Bisnis Dunia mendefinisikan CSR sebagai "komitmen bisnis suatu perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja dengan karyawan, keluarga mereka, masyarakat lokal untuk meningkatkan kualitas perusahaan mereka agar dapat tetap bertahan hidup". (Ehsan dan Kaleem, 2012).

Corporate social responsibility adalah kesadaran baru dari dunia usaha bahwa perusahaan tidak hidup dalam lingkungan yang terisolir yang bebas dari pengaruh perubahan sosial budaya dan nilai-nilai yang dianut masyarakat disekitarnya. CSR telah menjadi isu yang di persoalkan oleh kalangan masyarakat umum, dunia bisnis dan pemerintah (Iskandar dan Dian, 2012). Setiap perusahaan di Indonesia diwajibkan untuk melakukan CSR karena hal ini diatur dalam Undang-Undang No.40 tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan / atau berkaitan

dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Undang-undang tersebut mewajibkan industri atau korporasi-korporasi untuk melaksanakannya. Pembangunan suatu negara bukan hanya merupakan tanggung jawab pemerintah dan industri saja, tetapi setiap manusia juga wajib berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat. Industri dan korporasi berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan faktor lingkungan hidup. Sekarang ini, dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan sudah meliputi aspek keuangan, sosial, dan lingkungan yang biasa disebut sinergi tiga elemen (*Triple bottom line*) yang merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (Cahya, 2010).

Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu : profit, lingkungan, dan masyarakat. Dengan lebih banyak memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar perusahaan, maka perusahaan ikut berpartisipasi dalam usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia dalam jangka panjang. Definisi CSR adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial atau lingkungan sekitar perusahaan itu berada. Contoh bentuk tanggung jawab, dimulai dari

melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa atau fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar perusahaan tersebut berada. CSR merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder*-nya. CSR timbul sejak era dimana kesadaran akan *sustainability* perusahaan jangka panjang lebih penting daripada sekedar *profitability*. Hal ini sesuai dengan pendapat Iskandar dan Dian (2012) yang menyebutkan bahwa salah satu pendorong perkembangan CSR adalah perubahan paradigma dunia usaha untuk tidak semata-mata mencari keuntungan, tetapi juga bersikap etis dan berperan dalam menciptakan investasi sosial. Perusahaan sebagai entitas ekonomi, tidak akan terjamin bila hanya mengandalkan laba yang tinggi semata, tetapi perusahaan juga harus memiliki komitmen yang tinggi dalam menjalankan program CSR.

Di Indonesia, istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990 dan mulai marak sekitar tahun 2005, sedangkan di negara - negara lain sudah menggerakkan dan menerapkan CSR di tahun 1980. Beberapa perusahaan di Indonesia sebenarnya sudah lama telah melakukan CSA (*Corporate Social Activity*) atau "aktivitas sosial perusahaan". Secara faktual aksi CSA mendekati konsep CSR yang merepresentasikan bentuk "peran serta" dan "kepedulian" perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Melalui

konsep investasi sosial perusahaan “seat belt”, sejak tahun 2003 Departemen Sosial tercatat sebagai lembaga pemerintah yang aktif dalam mengembangkan konsep CSR dan melakukan advokasi kepada perusahaan-perusahaan nasional.

Beberapa tahun terakhir ini, isu CSR di Indonesia telah menjadi isu yang sering dibicarakan dalam berbagai kesempatan. Semakin seringnya terjadi permasalahan yang berkaitan dengan CSR, salah satunya adalah peristiwa banjir lumpur di Sidoarjo yang melibatkan salah satu perusahaan nasional. Peristiwa lumpur di Sidoarjo menunjukan betapa lemahnya pelaksanaan CSR di Indonesia. Atas dasar peristiwa tersebut, masyarakat dirugikan dengan kehilangan penghasilan, harta benda serta harus meninggalkan tempat tinggal. Bahkan, negara juga ikut menanggung kerugian yang sangat besar. Hal ini dapat dilihat dari pengalokasian dana APBN dalam penanggulangan banjir lumpur di Sidoarjo.

Hal tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan yang dicapai oleh perusahaan memang tidak diikuti dengan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat serta lingkungan. Permasalahan seperti ini seharusnya tidak terjadi apabila perusahaan beraktivitas dengan disertai suatu kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan. Dengan demikian, seharusnya perusahaan tidak hanya berorientasi terhadap laba, tetapi harus disertai juga dengan perhatian terhadap lingkungan sekitarnya (Munif, 2010).

Perusahaan melakukan CSR dengan alasan karena perusahaan dapat memperoleh banyak manfaat dan tujuan. Menurut Muljati (2012) berikut ini, manfaat melakukan CSR yaitu :

1. Meningkatkan citra perusahaan yang menjalankan CSR, karena dengan melakukan CSR konsumen atau masyarakat sekitar dapat mengenal perusahaan yang telah melakukan kegiatan baik tersebut. Sehingga terdapat kemungkinan bahwa konsumen akan membeli produk barang atau jasa di perusahaan tersebut. Dengan kata lain, perusahaan dapat menarik konsumen dengan melakukan CSR.
2. Mengembangkan kerja sama dengan para pemangku kepentingan, karena dalam melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan tentunya tidak mampu mengerjakannya sendiri dan memerlukan bantuan dari para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat, dan universitas lokal. Maka dengan melakukan CSR, perusahaan dapat membuka relasi yang baik dengan para pemangku kepentingan tersebut.
3. Membedakan perusahaan dengan pesaingnya, jika CSR dilakukan sendiri oleh perusahaan, perusahaan mempunyai kesempatan menonjolkan keunggulan komparatifnya di hadapan konsumen sehingga dapat membedakannya dengan pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang sama.
4. Menghasilkan Inovasi dan Pembelajaran untuk Meningkatkan Pengaruh Perusahaan.

5. Memilih kegiatan CSR yang sesuai dengan kegiatan utama perusahaan memerlukan kreativitas. Merencanakan CSR secara konsisten dan berkala dapat memicu inovasi dalam perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam bisnis global.
6. Membuka akses untuk investasi dan pembiayaan bagi perusahaan. Para investor saat ini sudah mempunyai kesadaran akan pentingnya berinvestasi pada perusahaan yang telah melakukan CSR. Demikian juga penyedia dana, seperti perbankan, lebih memprioritaskan pemberian bantuan dana pada perusahaan yang melakukan CSR.
7. Meningkatkan harga saham. Jika perusahaan rutin melakukan CSR yang sesuai denganbisnisutamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, maka masyarakat bisnis (investor, kreditur, dll), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan semakin mengenal perusahaan. Maka permintaan terhadap saham perusahaan akan naik dan otomatis harga saham perusahaan juga akan meningkat.

Dengan melakukan CSR, manajemen perusahaan diharapkan dapat melakukan pengungkapan CSR atas kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Tujuan dilakukannya pengungkapan CSR adalah untuk memperoleh keunggulan kompetitif daripada perusahaan-perusahaan lainnya, untuk memenuhi ketentuan kontrak pinjaman, untuk memenuhi kebutuhan akan ekspektasi masyarakat, untuk melegitimasi tindakan perusahaan, dan

untuk menarik investor (Deegan dan Blomquist, 2001; Hasnas, 1998; Sayekti dan Wondabio, 2007) dalam Purnasiwi (2011). Dengan demikian, dapat diperoleh bahwa pengungkapan CSR merupakan suatu hal yang penting untuk diungkapkan dan berguna bagi para pengguna informasi keuangan.

Menurut Munif (2010), untuk menunjukkan bahwa perusahaan adalah perusahaan yang baik, maka perusahaan dapat membuat pelaporan atas pelaksanaan aktivitas - aktivitas sosial dan lingkungan yang telah dilakukan oleh perusahaan, dengan menggunakan beberapa standar CSR, meliputi :

1. Akuntabilitas atas standar AA1000 yang menggunakan dasar *triple bottom line* (3BL) yaitu *People, Planet, Profit*. Dalam prinsip AA1000 ini meliputi *completeness, materiality, regularity and timeliness, quality assurance, information quality, embeddedness, continuous improvement, accesibility*.
2. *Global Reporting Intiviate*, yang mungkin merupakan acuan laporan berkelanjutan yang paling banyak digunakan sebagai standar saat ini.
3. *Verite*, acuan pemantauan.
4. Laporan berdasarkan standar akuntabilitas sosial internasional SA8000.
5. Standar manajemen lingkungan berdasarkan ISO 14000.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR diantaranya adalah profitabilitas. 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 program CSRnya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosial (Zaleha, 2005).

Penelitian yang dilakukan oleh Abd-El Salam dan Weetman (2003) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki likuiditas yang tinggi di Negara Mesir lebih mungkin untuk melaporkan informasi sukarela lebih lanjut untuk membedakan perusahaan mereka dari perusahaan yang memiliki likuiditas yang rendah. Pada sisi lain, orang mungkin akan berpendapat bahwa manajer perusahaan dengan rasio likuiditas yang rendah dapat mempublikasikan informasi sukarela lebih lanjut dalam laporan tahunan mereka untuk memenuhi kebutuhan informasi dari pemangku kepentingan (Hussainey et.al., 2011). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat likuiditas maka akan semakin besar pengungkapan informasi CSR.

Menurut Fahrizqi (2010), *leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki oleh suatu perusahaan sehingga dari *leverage* dapat dilihat tingkat resiko atas tak tertagihnya suatu utang. Berdasarkan teori sinyal, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan cenderung mengungkapkan CSR lebih rendah dan mengurangi pengungkapan CSRnya. Hal ini dilakukan agar tidak menjadi sorotan para *debtholders*. Menurut Belakoui dan Karpik (1989) menyatakan bahwa keputusan untuk

mengungkapkan CSR mengikuti suatu pengeluaran yang akan menurunkan pendapatan.

Rawi (2008) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kepemilikan institusional dari persentase saham yang dimiliki oleh investor institusional akan menyebabkan tingkat monitor atau pengawasan menjadi lebih efektif sehingga dapat menghalangi perilaku *opportunistic* manajer. Hal ini berarti bahwa kepemilikan institusional dapat menjadi pendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Terzaghi (2012) menemukan bahwa terdapat hubungan negatif antara struktur kepemilikan manajerial dengan pengungkapan CSR. Rustiarini (2008) menemukan adanya hubungan positif antara struktur kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR, dan menemukan bahwa tidak ada hubungan antara stuktur kepemilikan manajerial dan institusional terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini merupakan hasil pengembangan dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Hussainey, et.al. (2011). Dalam penelitian Hussainey, et.al. (2011) terdapat beberapa keterbatasan, yaitu penelitian ini meneliti pengungkapan CSR dengan menggunakan indikator indeks pengungkapan yang terlalu sempit yaitu hanya berfokus pada lima tema (lingkungan, sumber daya manusia, keterlibatan masyarakat, energi, pelanggan dan produk), dan penelitian ini hanya meneliti sampel sebesar 111 perusahaan yang terdaftar di Mesir.

Dalam penelitian ini terdapat perbedaan dan kelebihan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, yaitu fokus riset yang diteliti oleh peneliti sekarang adalah menganalisis faktor - faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dengan menggunakan variabel penelitian, yaitu profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan struktur kepemilikan. Pada penelitian ini, tidak semua perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia dijadikan sebagai sampel penelitian, melainkan hanya perusahaan manufaktur saja yang terdaftar di BEI selama periode kurun waktu 2009-2011 yang akan digunakan sebagai sampel penelitian karena merupakan data terbaru dari perusahaan, serta indikator indeks pengungkapan CSR yang digunakan adalah berdasarkan indikator GRI (*Global Reporting Intiviate*).

1.2. Rumusan Masalah

Pada dasarnya perusahaan merupakan bagian dari suatu komunitas masyarakat, karena perusahaan adalah suatu sistem yang terdiri dari elemen-elemen yang menunjang keberlanjutan perusahaan tersebut atau kelangsungan hidup perusahaan tersebut dalam lingkungan internal. Untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, maka CSR diperlukan untuk menyeimbangkan antara tujuan perusahaan, memperoleh laba dengan aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan untuk masyarakat. Selain itu CSR diperlukan untuk menjalin hubungan kemitraan yang saling timbal balik antara perusahaan dengan *stakeholder*. Tanpa adanya dukungan dan jalinan kemitraan dengan *stakeholder* lainnya, perusahaan dapat mengalami kerugian

secara sosial dan ekonomi, sebagai akibat dari berbagai tekanan dan *claim* yang menyudutkan keberadaan, keberlanjutan dan reputasi perusahaan (CSR Bussiness Indonesia, 2009).

Adanya tuntutan dari *stakeholder* atas kegiatan CSR berdampak pada pengungkapan CSR suatu perusahaan. Pengungkapan suatu informasi keuangan yang dilakukan oleh perusahaan sangat dibutuhkan dan harus diketahui oleh para pengguna informasi keuangan, yang salah satunya adalah *stakholders* perusahaan, yaitu pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan. Oleh karena itu, untuk mengetahui seberapa besar pengungkapan CSR suatu perusahaan dapat dilihat dari karakteristik perusahaan, ukuran dewan komisaris serta struktur kepemilikan suatu perusahaan. Sehingga, peneliti dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Karakteristik Perusahaan yang diukur dengan menggunakan Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage* dan Ukuran perusahaan mempengaruhi pengungkapan CSR?
2. Apakah Ukuran Dewan Komsisaris mempengaruhi pengungkapan CSR?
3. Apakah Struktur Kepemilikan yang diukur dengan menggunakan Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Asing mempengaruhi pengungkapan CSR?

1.3. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan menguji dan memperoleh bukti empiris tentang:

1. Untuk menganalisis pengaruh Karakteristik Perusahaan yang diukur dengan menggunakan Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Untuk menganalisis pengaruh antara ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. Untuk menganalisis pengaruh Strukur Kepemilikan yang diukur dengan menggunakan Struktur Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Asing terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

1.4. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, antara lain :

1. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menyediakan bukti empiris adanya kesadaran perusahaan dalam menerapkan CSR demi kemajuan perusahaan itu sendiri sehingga perusahaan dapatbertahan lama dan berkelanjutan. (*sustainable*).
2. Masukan bagi investor, memberikan informasi mengenai kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga dapat dijadikan

sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pertimbangan investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

3. Bagi masyarakat, memberikan informasi penting mengenai kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan hak sosial dari suatu perusahaan.
4. Bagi ilmu akuntansi, penelitian ini diharapkan memberikan gambaran mengenai pengaruh karakteristik perusahaan, ukuran dewan komisaris dan struktur kepemilikan perusahaan terhadap pengungkapan CSR atau CSR *Disclosure* dengan menggunakan variabel variabel pengukuran yang berkaitan dengan akuntansi.

1.5. Sistematika Penulisan

1.5.1. BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi Latar Belakang yang mendasari dilakukannya penelitian ini. Selain itu, di bab ini juga memaparkan Perumusan Masalah, Tujuan, dan Kegunaan dari penelitian ini. Bagian terakhir dari bab ini adalah Sistematika Penulisan.

1.5.2. BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tinjauan pustaka yang berkaitan dengan penelitian ini seperti teori *agency*, teori *stakeholder*, teori sinyal, teori legitimasi pengungkapan CSR, dan faktor faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam bab ini juga ditinjau penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian

ini. Sebagai bagian akhir dari bab ini disampaikan hipotesis penelitian.

1.5.3. BAB III Metode Penelitian

Bab ini berisi metode penelitian yang digunakan untuk melakukan penelitian ini. Di dalam bab ini juga dijelaskan populasi, subyek dan obyek penelitian, alat analisis data serta pengujian hipotesis.

1.5.4. BAB IV Analisis dan Hasil

Bab ini memaparkan deskripsi objek penelitian, analisis data serta pembahasan hasil penelitian.

1.5.5. BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian serta saran- saran yang dapat diberikan oleh peneliti yang berkaitan dengan penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Agensi

Teori Agensi atau teori keagenan menjelaskan hubungan antara agen (manajemen suatu usaha) dan prinsipal (pemilik usaha). Di dalam hubungan keagenan tersebut terdapat suatu kontrak dimana agen menutup kontrak untuk melakukan tugas-tugas tertentu bagi prinsipal, sedangkan prinsipal menutup kontrak untuk memberi imbalan pada agen. Contohnya, hubungan antara pemilik perusahaan dan manajemen perusahaan itu sendiri (Hendriksen, 2000).

Michael Jensen dan William Mecking (dalam Weston dan Bringham, 1998) menyatakan bahwa hubungan keagenan dianggap sebagai suatu kontrak, dimana satu atau beberapa orang (pemberi kerja atau principal) mempekerjakan orang lain (agen) untuk melaksanakan sejumlah jasa atas nama principal dan mendelegasikan wewenang untuk mengambil keputusan kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi principal. Beberapa tujuan dari teori agensi adalah pertama, untuk meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan bagi prinsipal maupun agen dalam mengevaluasi lingkungan (*The belief revision role*). Kedua, untuk mengevaluasi hasil keputusan yang telah diambil guna mempermudah pengalokasian hasil kontrak kerja antara prinsipal dan agen (*The performance evaluation role*).

Biaya pengawasan (*monitoring cost*) merupakan biaya untuk mengawasi perilaku agen dengan melaporkan secara akurat atas semua aktivitas yang telah ditugaskan oleh prinsipal bahwa agen telah bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal atau tidak. Pengawasan atau monitoring yang dilakukan oleh pihak independen memerlukan biaya dalam bentuk biaya audit. Biaya audit ini merupakan salah satu dari *agency cost* (Jensen dan Meckling, 1976**)**.

Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba bersih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen (salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat). Kemudian, sebagai wujud pertanggungjawaban, manajer sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak prinsipal, dalam hal ini adalah pengungkapan informasi pertanggung jawaban sosial perusahaan (Fahrizqi, 2010).

2.1.2 Teori *Stakeholders*

Definisi *stakeholders* menurut Freeman (1984) merupakan individu atau kelompok yang bisa mempengaruhi dan / atau dipengaruhi oleh organisasi sebagai dampak dari aktivitas-aktivitasnya. Menurut Ghozali dan Chariri (2007), teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*nya

(*shareholders*, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat ditentukan dan dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

Pada dasarnya, kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan *stakeholders* dan dukungan tersebut harus dicari oleh perusahaan. Kegiatan perusahaan dalam mencari dukungan tersebut disebut aktivitas perusahaan sehari-hari. Semakin *powerful stakeholders,* maka semakin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari hubungan antara perusahaan dengan *stakehoders*-nya (Chariri dan Ghozali, 2007). Menurut Rudito (2004), perusahaan dianggap sebagai *stakeholders*, jika mempunyai tiga atribut, yaitu: kekuasaan, legitimasi dan kepentingan. *Stakeholder* merupakan individu, sekelompok manusia, komunitas atau masyarakat, baik secara keseluruhan maupun secara parsial yang memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan. Individu, kelompok, maupun komunitas dan masyarakat dapat dikatakan sebagai *stakeholder* jika memiliki karakteristik seperti mempunyai kekuasaan, legitimasi, dan kepentingan terhadap perusahaan. Hal ini berarti bahwa individu, kelompok maupun komunitas tersebut memiliki kekuatan (*power*) untuk mempengaruhi kebijakan dan dasar pertimbangan strategis dalam pengambilan keputusan suatu perusahaan.

Utama (2010) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholders* yang terkait dan / atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Dalam menetapkan dan menjalankan strategi bisnisnya, perusahaan yang menjalankan CSR akan memperhatikan dampak aktivitas yang dilakukan terhadap kondisi sosial dan lingkungan, dan berupaya agar memberikan dampak positif.

2.1.3 Signaling Theory

Menurut Lako (2010), teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan yang peduli dan mengungkapkan informasi CSR memberi sinyal positif ke pasar bahwa perusahaan itu memiliki risiko yang rendah, mempunyai prospek yang bagus dan memiliki business life cycle (BLC) yang pasti dan berkelanjutan. Dengan melakukan pengungkapan CSR, perusahaan dapat memberi sinyal kepada masyarakat dan secara tidak langsung akan menunjukkan kinerjanya terhadap masyarakat bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang bagus untuk masa depan. Sinyal yang diberikan perusahaan terhadap masyarakat akan memberikan hubungan saling timbal balik antara perusahaan terhadap *stakeholders*. Menurut Indrawan (2011), *signalling theory* menekankan bahwa perusahaan akan cenderung menyajikan informasi yang lebih lengkap untuk memperoleh reputasi yang lebih baik dibandingkan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan, yang pada akhirnya dapat berupa sinyal yang akan menarik investor.

Berdasarkan teori sinyal, kegiatan sosial dan lingkungan memberikan informasi kepada investor tentang prospek *return* masa depan perusahaan yang substansial. Pengungkapan CSR yang tepat dan sesuai harapan *stakeholder* sebagai sinyal berupa *goodnews* yang diberikan oleh pihak manajemen kepada publik bahwa perusahaan memiliki prospek bagus di masa depan dan memastikan terciptannya *sustainability development*. *Signaling theory* menjelaskan bagaimana sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan dan *non* keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik yaitu memaksimalkan keuntungan mereka. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain (Falichin, 2011).

2.1.4 Teori Legitimasi

Teori legitimasi didasarkan pada kontrak sosial yang mengimplikasikan hubungan antara institusi sosial dan masyarakat, teori tersebut dibutuhkan oleh institusi-institusi untuk mencapai suatu tujuan yang sejalan dengan masyarakat luas (Ahmad dan Sulaiman, 2004). Gray et al (1996) dalam Ahmad dan Sulaiman (2004) menjelaskan bahwa dasar pemikiran teori legitimasi adalah organisasi atau perusahaan dapat terus berlanjut dan bertahan hidup jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi sesuai dengan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat.

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan harus meyakinkan masyarakat bahwa kinerja dan kegiatannya dapat diterima di masyarakat. Perusahaan mewujudkan kesan tanggung jawab lingkungannya agar diterima masyarakat melalui pengungkapan CSR yang diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat tersebut diharapkan dapat meningkatkan laba perusahaan, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi investor untuk melakukan investasi. Menurut Erdhanu (2010), teori legitimasi menjadi salah satu teori yang paling sering digunakan ketika berhubungan dengan wilayah sosial dan akuntansi lingkungan.

2.1.5 Corporate Social Responsibility (Tanggung jawab sosial perusahaan)

Pada umumnya, CSR adalah suatu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan masyarakat yang dapat dilakukan dengan cara melaksanakan berbagai kegiatan sosial yang bermanfaat bagi masyarakat yang berada di sekitar lingkungan perusahaan. CSR merupakan bentuk wujud pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan terhadap masyarakat.

Berikut adalah definisi-definisi CSR menurut sejumlah lembaga internasional :

1) Menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi

kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau pun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya.

2) Menurut *Institute of Chartered Accountants, England and Wales*, CSR adalah jaminan bahwa organisasi-organisasi pengelola bisnis mampu memberi dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, seraya memaksimalkan nilai bagi para pemegang saham (*shareholders*) mereka.
3) Menurut *European Commission*, CSR adalah sebuah konsep perusahaan dalam mengintegrasikan perhatian terhadap sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan.
4) Menurut CSR Asia, CSR adalah komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan, seraya menyeimbangkan beragam kepentingan para *stakeholders*.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa CSR berkaitan dengan *stakeholders*, kesejahteraan masyarakat serta kelangsungan hidup perusahaan. Pada intinya perusahaan melakukan CSR untuk masyarakat, lingkungan sekitar dan *stakeholder* supaya perusahaan tersebut dapat hidup berkelanjutan (*sustainability*). Serta dapat disimpulkan bahwa tujuan perusahaan melakukan CSR bukan

hanya semata-mata mencari keuntungan saja, tetapi untuk kegiatan sosial ekonomi bagi masyarakat di lingkungan sekitarnya.

Menurut ISO 26000, CSR adalah : " Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan para pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh."

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

1) *Basic responsibility* (*BR*)

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

2) *Organization responsibility* (*OR*)

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

3) *Sociental responses* (*SR*)

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

2.1.6 Pengungkapan CSR

Pengungkapan berarti tidak menyembunyikan atau menutupi sesuatu. Penyampaian informasi dalam laporan keuangan disebut dengan pengungkapan akuntansi (Nurhayati, 2009). Sedangkan, menurut Chariri dan Ghozali (2007), pengungkapan mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha.

Suwardjono (2006) menyatakan bahwa pengungkapan laporan keuangan memiliki tiga tujuan, yaitu :

1. Tujuan melindungi (*proactive*)

   Tujuan melindungi ditujukan terutama bagi pemakai laporan keuangan yang kurang memahami substansi ekonomi yang

melandasi suatu pos statemen keuangan. Pemakai laporan keuangan perlu dilindungi dari perlakuan manajemen yang mungkin kurang adil dan terbuka dalam penyajian laporan keuangan. Tujuan melindungi biasanya dilakukan oleh badan atau pihak yang mempunyai wewenang untuk mengatur perusahaan seperti *Securities Exchange Comission* (SEC) dan BAPEPAM.

2. Tujuan informatif (*Informative*)

   Tujuan informatif didasarkan pada asumsi bahwa pemakai laporan keuangan mempunyai pengetahuan yang cukup untuk membaca laporan keuangan. Tujuan informatif lebih bersifat membantu pemakai laporan keuangan dalam hal keefektifan dalam pengambilan keputusan. Tujuan informatif biasanya dilakukan oleh BAPEPAM bersama dengan penyusun standar untuk menentukan luas pengungkapan.

3. Tujuan kebutuhan khusus (*differential*)

   Tujuan kebutuhan khusus merupakan gabungan antara tujuan perlindungan dan tujuan informatif. Jadi, apa yang harus diungkapkan kepada publik dibatasi dengan apa yang dipandang berguna bagi pemakai yang dituju. Sebaliknya, untuk tujuan pengawasan informasi tertentu harus disampaikan kepada badan pengawas berdasarkan peraturan yang menuntut pengungkapan secara rinci.

Secara umum, tujuan pengungkapan adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan melayani berbagai pihak yang mempunyai kepentingan berbeda (Suwardjono,2005). Pengungkapan CSR dapat dilihat melalui laporan keberlanjutan suatu perusahaan (*sustainability report*) yang diterbitkan melalui laporan keuangan tahunan atau secara terpisah diterbitkan tersendiri dalam laporan keberlanjutan suatu perusahaan. Laporan keberlanjutan adalah suatu laporan praktek hasil pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi yang ditujukan kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Sebuah laporan keberlanjutan harus menyediakan gambaran kinerja keberlanjutan sebuah organisasi yang berimbang dan masuk akal, termasuk kontribusi yang telah dilakukan oleh perusahaan (Purnasiwi ,2011).

Pada penelitian ini, peneliti mengidentifikasi pengungkapan CSR dengan menggunakan standar GRI (*Global Reporting Intiviate*) yang terdiri dari 79 pengungkapan. Purnasiwi (2011) mendefinisikan *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai sebuah jaringan pelopor perkembangan dunia yang berbasis organisasi dan paling banyak digunakan dalam laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (*www.globalreporting.org*).

Berikut adalah indikator pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan GRI :

TABEL 2.1

Indikator pengungkapan CSR berdasarkan GRI

A	DAMPAK EKONOMI (EC)	INDIKATOR KINERJA
	Aspek : Kinerja Ekonomi (*Economic Performance*)	EC1 (CORE) Nilai ekonomi yang dihasilkan : pendapatan, biaya usaha, kompensasi karyawan, donasi dan investasi pada masyarakat, saldo laba dan pembayaran kepada penyedia modal dan pemerintah.
		EC2 (CORE) Implikasi perubahan iklim (*climate change*) terhadap keuangan, risiko, dan kesempatan dalam berusaha.
		EC3 (CORE) Cakupan rencana pensiun yang akan diberika oleh perusahaan kepada karyawannya, baik untuk menutup pembayaran pensiun selain jangka waktu panjang, maupun untuk meningkatkan motivasi karyawan.
		EC4 (CORE) Bantuan keuangan yang diterima dari pemerintah.
	Aspek : Keberadaan Pasar (*Market Performance*)	EC5 (ADD) Rasio tingkat upah awal (standar) dibandingkan dengan Upah Minimum Regional (UMR) berdasarkan wilayah kerja.
		EC6 (CORE) Kebijakan, praktik, dan besarnya transaksi pembelanjaan dengan *supplier* lokal sesuai lokasi kegiatan perusahaan
		EC7 (CORE) Prosedur perekrutan karyawan lokal dan proporsi manajemen senior yang diangkat dari komunitas lokal tempat perusahaan beroperasi.
	Aspek : Dampak Ekonomi Tidak Langsung (*Indirect Economic Impact*)	EC8 (CORE) Pembangunan dan dampak investasi infrastruktur dan jasa untuk kepentingan publik.

		EC9 (CORE) Gambaran signifikansi dampak ekonomi tidak langsung, termasuk seberapa besar dampak tersebut mempengaruhi masyarakat.
B	DAMPAK LINGKUNGAN (EN)	INDIKATOR KINERJA
	Aspek : Bahan Baku (*materials*)	EN1 (CORE) Jumlah bahan baku yang digunakan berdasarkan berat dan volumenya.
		EN2 (CORE) Persentase bahan baku yang dapat didaur ulang (*recycle*) setelah bahan baku tersebut diolah menjadi barang jadi.
	Aspek : Energi (*energy*)	EN3 (CORE) Pemakaian / konsumsi energi langsung berdasarkan sumber energi utama.
		EN4 (CORE) Pemakaian / konsumsi energi tidak langsung berdasarkan sumber energi utamanya.
		EN5 (ADD) Penghematan energi yang dapat dilakukan sebagai akibat konservasi energi dan perbaikan efisiensi energi.
		EN6 (ADD) Inisiatif dan usaha perusahaan untuk menyediakan produk hemat energi atau produk dengan energi terbarukan (*renewable energy*)
		EN7 (ADD) Usaha untuk mengurangi pemakaian energi tidak langsung dan tercapainya target penghematan.
	Aspek : Air (*Water*)	EN8 (CORE) Total pengambilan air berdasarkan sumbernya.
		EN9 (ADD) Sumber air yang secara signifikan terpengaruh oleh pengambilan air.
		EN10 (ADD) Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan lagi.
	Aspek : Keanekaragaman Hayati (*Biodiversity*)	EN11 (CORE) Lokasi dan luas tanah yang dimiliki, disewa, atau dikelola perusahaan yag berdekatan dengan area yang kaya akan keanekaragaman hayati baik yang dilindungi maupun tidak dilindungi.

		EN12 (CORE) Uraian tentang dampak signifikan dari aktivitas perusahaan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati yang berada pada daerah yang dilindungi maupun tidak dilindungi.
		EN13 (ADD) Habitat yang dilindungi atau direstokrasi.
		EN14 (ADD) Strategi, tindakan saat ini, dan rencana ke depan untuk mengelola dampak perusahaan terhadap keanekaragaman hayati.
	Aspek : Emisi, *Effluents*, dan Limbah (*Emission, Effluents, and waste*)	EN15 (ADD) Total spesies yang dilindungi secara internasional maupun nasional yang hidup di habitat pada area yang terkena dampak operasional, berdasar tingkat resiko kepunahan.
		EN16 (CORE) Total emisi gas rumah kaca (*green-house gas*) langsung atau tidak langsung berdasarkan berat emisi.
		EN17 (CORE) Emisi gas rumah kaca (*green-house gas*) lainnya yang elevan berdasarkan berat emisi.
		EN18 (ADD) Usaha untuk mengurangi emisi gas rumah kaca (*green-house gas*) dan tingkat pengurangan yang dicapai.
		EN19 (CORE) Emisi gas yang dapat menipiskan lapisan ozon berdasarkan berat emisi.
		EN20 (CORE) Emisi gas lainnya berdasarkan jenis dan berat.
		EN21 (CORE) Total air yang dibuang berdasarkan kualitas air dan tujuan aliran.
		EN22 (CORE) Total berat limbah berdasarkan tipe dan metode pembuangan.
		EN23 (CORE) Total jumlah dan volume kebocoran yang signifikan.
		EN24 (ADD) Berat limbah berbahaya yang dipindah, diimpor, diekspor, atau diperlakuka sesuai *BaselConvention Annes* I, II, III, dan IV, dan persentase limbah pindahan yang dikirim

		internasional dengan kapal.
		EN25 (ADD) Identitas, ukuran, status dilindungi, dan nilai keanekaragaman hayati dari air dan habitat lain yaang dipengaruhi secara signifikan oleh pembuangan sampah perusahaan.
	Aspek : Produk dan Jasa (*product and services)*	EN26 (CORE) Inisiatif untuk mengurangi dampak buruk produk dan jasa terhadap lingkungan serta mengukur sejauh mana inisiatif tersebut berpengaruh.
		EN27 (CORE) Persentase produk terjual beserta jenis material kemasan yang digunakan, di mana penggunaan material kemasan tersebut dapat didaur ulang.
	Aspek : Kepatuhan (*Compliance*)	EN28 (CORE) Besarnya denda keuangan dan sanksi lain karena tidak memenuhi regulasi lingkungan.
	Aspek : Transpor (*Transport*)	EN29 (ADD) Pengaruh pemindahan produk dan bahan baku yang digunakan perusahaan dan pemindahan tenaga kerja terhadap kondisi lingkungan.
	Aspek : Lingkungan Menyeluruh (*Overall*)	EN30 (ADD) Total investasi dan pengeluaran lain untuk melindungi /memperbaiki lingkungan berdasarkan jenisnya.
C	TANGGUNG JAWAB PRODUCT (*Product Responsibility*)	INDIKATOR KINERJA
	Aspek : Kesehatan dan keamanan pelanggan (*Customer Health and Safety*)	PR1 (CORE) Tahapan daur hidup di mana dampak produk dan jasa yang menyangkut kesehatan dan keamanan dinilai untuk penyempurnaan, dan persentase dari kategori produk dan jasa yang penting yang harus mengikuti prosedur tersebut.
		PR2 (ADD) Jumlah ketidakpatuhan (non-compliance) terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk.
	Aspek: Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa (*Product and Service Labelling*)	PR3 (CORE) Jenis informasi produk dan jasa yang dipersyaratkan oleh prosedur dan persentase produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut.
		PR4 (ADD)

		Jumlah ketidakpatuhan (non-compliance) peraturan dan voluntary codes mengenai penyediaan informasi produk dan jasa serta pemberian label, per produk.
		PR5 (ADD) Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei yang mengukur kepuasaan pelanggan.
	Aspek : Komunikasi Pemasaran (*Marketing Communication*)	PR6 (CORE) Program-program untuk ketaatan kepada hukum, standar dan yang terkait dengan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi dan sponsorship.
		PR7 (ADD) Jumlah ketidakpatuhan (non-compliance) peraturan dan voluntary codes sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya.
	Aspek : Keleluasaan Pribadi Pelanggan (*Customer Privacy)*	PR8 (ADD) Jumlah keseluruhan dari pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran keleluasaan pribadi (privacy) pelanggan dan hilangnya data pelanggan
	Aspek: Kepatuhan (*Compliance*)	PR9 (CORE) Nilai moneter dari denda ketidakpatuhan (non-compliance) hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa.
D	PRAKTEK TENAGA KERJA DAN PEKERJAAN YANG LAYAK (*Labor Practices & Decent Work (LA)*)	INDIKATOR KINERJA
	Aspek : Pekerjaan (*Employment*)	LA1 (CORE) Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan, dan wilayah.
		LA2 (CORE) Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah.
		LA3 (ADD) Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya.
	Aspek: Tenaga kerja / Hubungan Manajemen (*Labor/ Management*	LA4 (CORE) Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar-menawar kolektif tersebut.

	Relations)	
		LA5 (CORE) Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting, termasuk apakah hal itu dijelaskan dalam perjanjian kolektif tersebut.
	Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Jabatan (*Occupational Health and Safety*)	LA6 (ADD) Persentase jumlah angkatan kerja yang resmi diwakili dalam panitia Kesehatan dan Keselamatan antara manajemen dan pekerja yang membantu memantau dan memberi nasihat untuk program keselamatan dan kesehatan jabatan.
		LA7 (CORE) Tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah.
		LA8 (CORE) Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/ bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko setempat untuk membantu para karyawan, anggota keluarga dan anggota masyarakat, mengenai penyakit berat/berbahaya.
		LA9 (ADD) Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan.
	Aspek : Pelatihan dan Pendidikan (*Training and Education*)	LA10 (CORE) Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan.
		LA11 (ADD) Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang menujang kelangsungan pekerjaan karyawan dan membantu mereka dalam mengatur akhir karier.
		LA12 (ADD) Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.
	Aspek : Keberagaman dan Kesempatan Setara (*Diversity and Equal Opportunity*)	LA13 (CORE) Komposisi badan pengelola/penguasa dan perin-cian karya¬wan tiap kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelom-pok minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.
		LA14 (CORE) Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan.
E	HAK ASASI MANUSIA (*Human Rights*	INDIKATOR KINERJA

	Performance Indicators)	
	Aspek : *Investment and Procurement Practices*	HR1 (CORE) Total perjanjian investasi yang dirancang dengan mempertimbangkan isu hak asasi manusia.
		HR2 (CORE) Persentase supplier dan kontraktor penting yang peduli dan selalu mempertimbangkan isu hak asasi manusia.
		HR3 (ADD) Total jam pelatihan pekerja yang berhubungan dengan kebijakan dan prosedur tentang aspek hak asasi manusia yang relevan dengan kegiatan kerja termasuk persentase karyawan yang mengikuti pelatihan.
	Aspek : *Non-discrimination*	HR4 (CORE) Total kejadian yang berhubungan dengan diskriminasi dan tindakan yang dilakukan perusahaan terhadap diskriminasi tersebut.
	Aspek : *Freedom of Association and Collective Bargaining*	HR5 (CORE) Kegiatan yang menunjukkan adanya kebebasan karyawan dalam membentuk asosiasi dan tawar-menawar kolektif serta dukungan perusahaan terhadap hal tersebut.
	Aspek : Tenaga kerja anak-anak (*Child Labor)*	HR6 (CORE) Kegiatan yang melibatkan pekerja anak-anak dan tindakan/ukuran yang digunakan untuk menghilangkan keberadaan pekerja anak-anak.
	Aspek : *Forced and Compulsary Labor*	HR7 (CORE) Kegiatan yang dapat menimbulkan resiko munculnya paksaan/tekanan kepada pekerja dan usaha yang dilakukan untuk menghilangkan kemungkinan munculnya kejadian tersebut.
	Aspek : *Security Practices*	HR8 (ADD) Persentase petugas keamanan yang dilatih untuk memahami kebijakan atau prosedur yang berkaitan dengan hak asasi manusia.
	Aspek : *Indigenous Rights*	HR9 (ADD) Total kejadian pelanggaran yang melibatkan hak-hak kaum pribumi (penduduk setempat) dan tindakan yang dilakukan perusahaan untuk mengatasinya.
F	Masyarakat / Sosial	INDIKATOR KINERJA

2.1.7	Aspek : Komunitas (*Community*)	SO1 Sifat dasar, ruang lingkup, dan keefektifan setiap program dan praktek yang dilakukan untuk menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, baik pada saat memulai, pada saat beroperasi, dan pada saat mengakhiri.
	Aspek : Korupsi (*Corruption*)	SO2 Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi.
		S03 Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi.
		S04 Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.
	Aspek : Kebijakan Publik (*Public Policy*)	S05 Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan publik.
		S06 Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.
	Aspek: Kelakuan Tidak Bersaing (*Anti-Competitive Behavior*)	S07 Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, anti-trust, dan praktek monopoli serta sanksinya.
	Aspek: Kepatuhan (*Compliance*)	S08 Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.

Profitabilitas

rofitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan CSR kepada pemegang saham (Heinze, 1976; Gray, *et al.*, 1995; dalam Sembiring, 2005), sehingga dapat dijelaskan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan. Jika profitabilitas tinggi, maka akan memberikan kesempatan yang lebih luas kepada manajemen dalam mengungkapkan

dan melakukan program tanggung jawab sosialnya. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosialnya (Zaleha, 2005).

Di dalam penelitian ini, indikator profitabilitas yang dipakai adalah *Return on assets* (ROA). ROA memperhitungkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan suatu laba terlepas dari pendanaan yang dipakai. Analisis ROA mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset atau kekayaan yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai aset tersebut. Analisis ROA bisa diproyeksikan ke masa depan untuk melihat kemampuan perusahaan menghasilkan laba pada masa-masa mendatang (Hanafi dan Abdul Halim, 2005).

Komponen ROA adalah profit margin dan perputaran total aset. Oleh karena itu, besar atau kecilnya profit margin sangat ditentukan oleh pengelolaan aset yang baik dari pihak perusahaan. ROA yang positif menunjukkan bahwa perusahaan mampu mendapatkan laba dengan total aktiva yang digunakan untuk beroperasi. Begitu pula sebaliknya apabila ROA yang diperoleh negatif menunjukkan bahwa perusahaan mendapatkan kerugian dengan total aktiva yang digunakan untuk beroperasi. Hal ini sesuai dengan pendapat Nurhayati (2009), bahwa ROA yang tinggi mencerminkan bahwa profitabilitas perusahaan baik dan perusahaan dapat beroperasi efektif karena perusahaan berhasil meningkatkan tingkat pengembalian investasi dilihat dari laba bersihnya.

2.1.8 Likuiditas

Kamil dan Antonius (2012) berpendapat bahwa likuiditas merupakan suatu indikator untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan / entitas untuk membayar semua kewajiban keuangan jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aset lancar yang tersedia. Likuiditas dapat menunjukkan hubungan antara kas dan aset lancar dengan liabilitas lancar dari suatu perusahaan.

Rasio likuiditas berpengaruh pada luas pengungkapan sukarela, karena pada dasarnya kondisi perusahaan diukur dengan likuiditas. Jika perusahaan mempunyai likuiditas yang baik, maka menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki struktur finansial yang baik pula. Jika kondisi ini diketahui oleh publik, maka perusahaan tidak akan terancam kinerjanya dan secara langsung akan menunjukkan validitas kinerjanya (Edy Subiyanto ,1996 dalam Rahajeng, 2010).

Di dalam penelitian ini, indikator likuiditas yang dipakai adalah rasio lancar. Rasio lancar pada umumnya mengukur kemampuan suatu perusahaaan dalam memenuhi hutang jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancarnya, yaitu aktiva yang akan berubah menjadi kas dalam waktu satu tahun atau satu siklus bisnis (Mamduh dan Abdul Halim ,2005).

2.1.9 Leverage

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai asetnya. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sangat bergantung pada pinjaman luar dalam membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan tersebut lebih membiayai asetnya dengan modal sendiri. Risiko keuangan perusahaan dapat dilihat melalui tingkat *leverage* perusahaan (Purnasiwi, 2011).

Rasio *leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang (Fahrizqi, 2010).

Leverage mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan (Sembiring, 2005). Semakin tinggi leverage, maka keputusan untuk mengungkapkan CSR menjadi semakin berkurang. Hal ini dikarenakan keputusan untuk mengungkapkan CSR dapat membuat suatu pengeluaran yang akan menurunkan pendapatan (Belakoui dan Karpik, 1976). Dalam penelitian ini, ukuran leverage yang digunakan adalah DER (*Debt to Equity Ratio*).

2.1.10 *Size* (Ukuran) Perusahaan

Ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi risiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar, sehingga perusahaan perlu dan harus mampu membiayai penyediaan informasi untuk keperluan internal. Informasi tersebut sekaligus menjadi bahan untuk keperluan pengungkapan informasi kepada pihak eksternal, sehingga tidak perlu ada tambahan biaya yang besar untuk dapat melakukan pengungkapan dengan lebih lengkap (Fahrizqi, 2010). Pada dasarnya, ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki, total sumber daya yang dimiliki, volume penjualan, kapitalisasi pasar (Dyah, 2009).

2.1.11 Ukuran Dewan Komisaris

Mulyadi (2002) mendefinisikan dewan komisaris sebagai wakil dari *shareholder* dalam perusahaan yang berbadan hukum atau perseroan terbatas yang memiliki fungsi untuk mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen sudah memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian

intern perusahaan. Dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial karena dewan komisaris merupakan wakil dari prinsipal yang menjadi pelaksana tertinggi di perusahaan (Fahrizqi, 2010).

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. Jika semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.1.12 Struktur Kepemilikan

Struktur kepemilikan perusahaan adalah struktur kepemilikan saham suatu perusahaan, yaitu perbandingan jumlah saham yang dimiliki oleh "orang dalam" perusahaan dengan jumlah saham yang dimiliki oleh investor (Tamba, 2011) . Struktur kepemilikan saham dibagi menjadi tiga, yaitu :

2.1.12.1 Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah suatu kondisi yang menunjukkan bahwa pihak - pihak yang berbentuk institusi, seperti yayasan, bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, perusahaan berbentuk Perseroan Terbatas (PT), dan institusi lainnya sebagai pihak yang memiliki saham dan menjadi pemegang saham. Institusi biasanya dapat menguasai mayoritas

saham karena institusi memiliki sumber daya yang lebih besar dibandingkan dengan pemegang saham lainnya. Oleh karena itu, pihak institusional dapat melakukan pengawasan terhadap kebijakan manajemen secara lebih kuat dibandingkan dengan pemegang saham lainnya. Peningkatan kepemilikan institusional menyebabkan pengawasan yang ketat terhadap kinerja manajemen. Semakin besar *insitusional ownership* maka semakin kuat kendali yang dilakukan pihak eksternal terhadap perusahaan (Tamba, 2011). Hal tersebut akan meminimalisir biaya keagenan, karena dengan meningkatnya kepemilikan institusional, maka semakin bertambah pula institusi yang mengawasi agen (Jensen & Meckling, 1976).

2.1.12.2 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial berarti suatu kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dan menjadi pemegang saham dalam suatu perusahaan (Rustiarini, 2008 dalam Tamba, 2011). Kepemilikan manajerial biasanya dimiliki oleh mereka yang duduk di posisi dewan komisaris dan dewan direksi perusahaan.

Ukago, Ghozali dan Sugiyono, 2005 dalam Damara, 2012 menyatakan bahwa manajemen yang sekaligus menjadi pemilik saham dalam suatu perusahaan dapat mencegah terjadinya teori *agency*. Hal ini disebabkan oleh 2 alasan, yaitu :

1. Kepemilikan manajemen (pihak dalam) akan menyelaraskan kepentingan antara manajemen dan pihak lainnya.
2. Kepemilikan manajemen dalam suatu perusahaan (pihak dalam) akan mengarahkan keleluasan manajer pada proses konsistensi dengan kepentingan pemilik.

Berdasarkan teori keagenan, "masalah keagenan rawan terjadi dalam hubungan antara manajemen (pihak dalam) dengan pemegang saham. Teori keagenan menyatakan bahwa salah satu cara untuk memperkecil munculnya konflik agensi dalam perusahaan adalah dengan memaksimalkan jumlah kepemilikan manajerial. Dengan bertambahnya jumlah kepemilikan manajerial, maka manajemen yang menjadi pemilik perusahaan dapat merasakan dampak langsung atas setiap keputusan yang mereka ambil" (Jensen dan Meckling, 1976).

2.1.12.3 Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing merupakan proporsi saham biasa perusahaan dan jumlah presentase hak suara yang dimiliki oleh perorangan, badan hukum, pemerintah serta bagian – bagiannya yang berstatus luar negeri (Etha, 2010 dalam Tamba, 2011). Perusahaan yang sebagian besar sahamnya dimiliki secara asing cenderung mengungkapkan informasi CSR lebih luas. Hal ini disebabkan karena (Susanto, 1992 dalam Tamba, 2011):

1. Perusahaan asing mendapatkan pelatihan yang baik dalam bidang akuntansi dari perusahaan induk yang terdapat di luar negeri.
2. Perusahaan tersebut mungkin mempunyai sistem informasi yang lebih efisien untuk memenuhi kebutuhan internal dan kebutuhan perusahaan induk.
3. Kemungkinan permintaan yang lebih besar dari pihak eksternal (pemasok, pelanggan, maupun masyarakat umum) terhadap perusahaan asing.

Menurut teori legitimasi, apabila perusahaan memiliki kontrak dengan *foreign stakeholders*, baik dalam *ownership* dan *trade*, maka stakeholder akan lebih mendukung perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kepemilikan asing dalam suatu perusahaan, maka tingkat pengungkapan CSR juga akan semakin tinggi (Ramadhan, 2010).

2.2 Penelitian terdahulu

Penelitian ini adalah replikasi dari penelitian terdahulu (Hussainey et al, 2011) yang dilakukan di Mesir, menggunakan variabel bebas yaitu ukuran perusahaan, likuiditas, leverage, dan jenis kepemilikan. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian Hussainey et al (2011) adalah penelitian ini menambahkan variabel ukuran dewan komisaris (Sembiring, 2005), dan struktur kepemilikan yang digunakan adalah kepemilikan institusional,

manajerial dan asing. Sedangkan pada penelitian Hussainey et al (2011), struktur kepemilikan yang digunakan adalah perusahaan yang dimiliki oleh swasta, perusahaan yang dimiliki oleh negara, dan perusahaan yang dimiliki oleh swasta dan negara.

Perbedaan lain adalah penelitian Hussainey et al (2011) menggunakan data Bursa Efek di Mesir pada tahun 2005-2010. Sedangkan penelitian ini menggunakan data Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009-2011. Penelitian ini dilakukan karena peneliti ingin mengetahui apakah hasil penelitian yang dilakukan oleh Hussainey et al (2011) di Mesir sama dengan hasil penelitian yang dilakukan di Indonesia. Hussainey et al (2011) menemukan hubungan positif antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Sedangkan variabel lain (ukuran perusahaan, jenis kepemilikan, likuiditas dan gearing/leverage) tidak berpengaruh terhadap CSR. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh variabel variabel bebas (profitabilitas, likuiditas, leverage, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan struktur kepemilikan) terhadap pengungkapan CSR di Indonesia.

Menurut hasil penelitian dari Fahrizqi (2010), secara parsial ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dengan arah positif , sedangkan secara parsial *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hasil penelitian Fahrizqi (2010) didukung oleh teori agensi yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki size yang besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar daripada

perusahaan dengan size yang kecil. Oleh karena itu perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mempengaruhi biaya keagenan tersebut.

Fahrizqi (2010) juga menyebutkan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi cenderung memberikan pengungkapan sosial yang semakin besar. Oleh karena itu, profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan untuk leverage, Fahriqzi (2010) menyatakan bahwa *leverage* tidak mempengaruhi pengungkapan CSR secara signifikan.

Sembiring (2005) meneliti mengenai hubungan antara karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil dari penelitian ini adalah ditemukannya pengaruh positif ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan tipe indutri terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian Anggraini (2006) menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan, ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan, hasil penelitian yang dilakukan oleh Heckston dan Milne (1996) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

Kamil dan Antonius (2012) meneliti faktor faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, yaitu profitabilitas, solvabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan. Di antara faktor-faktor tersebut yang berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR adalah ukuran perusahaan. Penelitian yang

dilakukan oleh Rustiarini (2008) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR, serta tidak terdapat hubungan antara kepemilikan manajerial dan institusional terhadap pengungkapan CSR.

TABEL 2.2

Ringkasan penelitian terdahulu

Peneliti	Variabel Penelitian	Model Analisis	Hasil penelitian
Heckston dan Milne (1996)	Ukuran perusahaan, tipe industri, dan profitabilitas perusahaan	Regresi berganda	Ukuran perusahaan, tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan sosial perusahaan sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial perusahaan
Sembiring (2005)	Ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri, ukuran dewan komisaris, dan leverage terhadap pengungkapan CSR	Regresi berganda	Ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR sedangkan profitabilitas dan leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Anggraini (2006)	kepemilikan manajemen, *leverage*, ukuran perusahaan, tipe industri dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR	Regresi berganda	Kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR sedangkan leverage, profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
Ni Wayan Rustiarini (2008)	Kepemilikan saham manajerial, institusional dan asing terhadap pengungkapan CSR	Regresi Berganda	Kepemilikan manajerial dan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, dan terdapat pengaruh antara kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR.
Anggara Fahrizqi (2010)	Ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR	Regresi berganda	Terdapat hubungan positif antara ukuran perusahaan dan profitabilitas dengan pengungkapan CSR serta tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara leverage dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR
Aulia Zahra Munif (2010)	Ukuran perusahaan, profitabilitas, sensitivitas industri, leverage,	Regresi berganda	Struktur kepemilikan, sensitivitas industri, dan pengungkapan

	pengungkapan media, dan struktur kepemilikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.		media berpengaruh secara positif terhadap indeks pengungkapan CSR . Sedangkan ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap indeks pengungkapan CSR.
Hussainey et. al (2011)	Ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, gearing, jenis kepemilikan, terhadap pengungkapan CSR	Regresi berganda	Terdapat hubungan positif antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR, serta tidak terdapat hubungan antara struktur kepemilikan, ukuran perusahaan, gearing, likuiditas dengan pengungkapan CSR.
Kamil dan Antonius (2012)	Profitabilitas, solvabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR	Regresi berganda	Terdapat hubungan positif antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR serta tidak terdapat hubungan yang signifikan antara profitabilitas, solvabilitas, dan likuiditas terhadap pengungkapan CSR

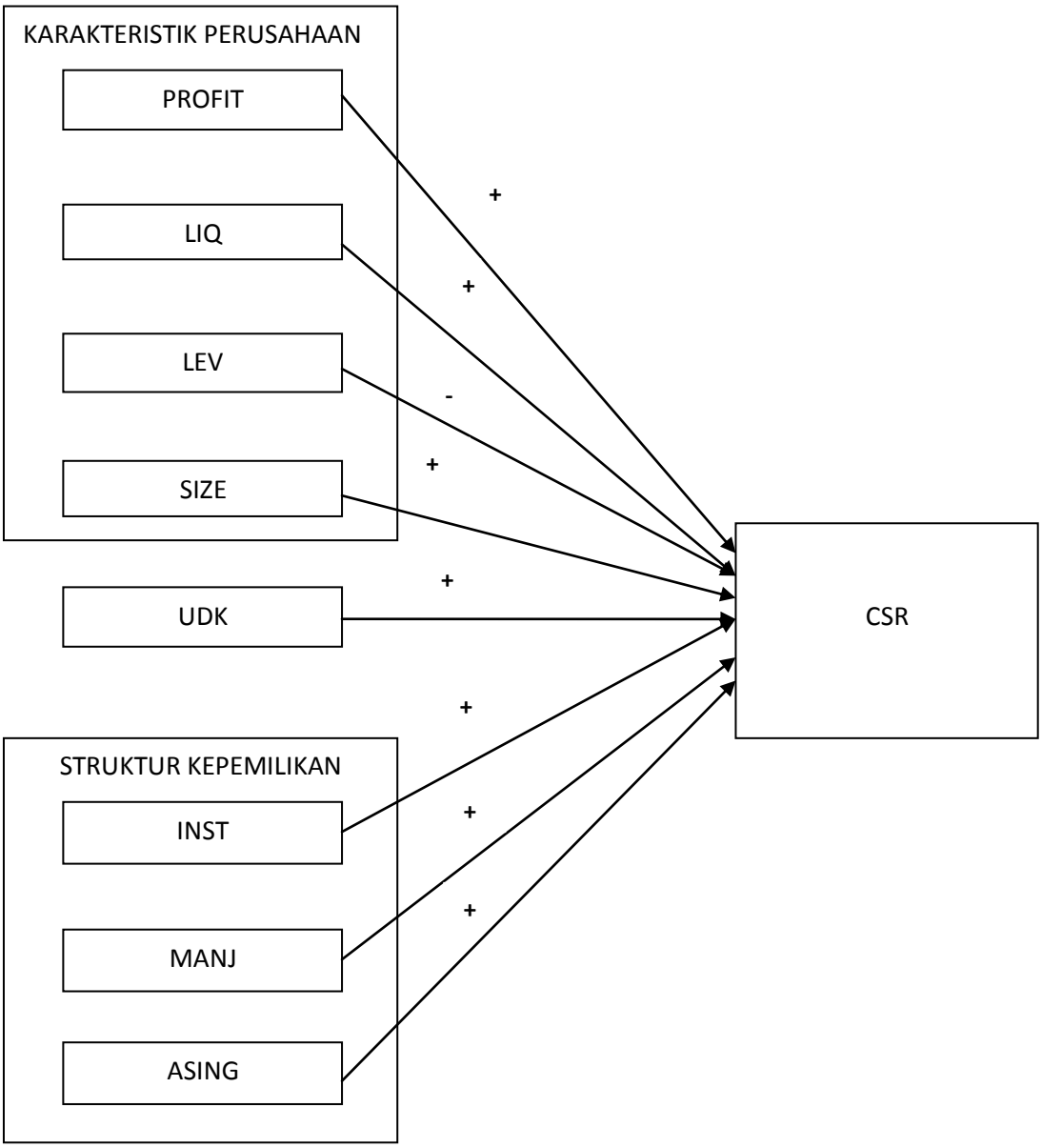
Sumber : Penelitian-penelitian terdahulu

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya dan telaah pustaka, maka variabel yang mempengaruhi Pengungkapan CSR (CSR) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Profitabilitas (PROFIT), Likuiditas (LIQ), Leverage (LEV), Ukuran Perusahaan (SIZE), Ukuran Dewan Komisaris (UDK), Kepemilikan institusional (INST), Kepemilikan Manajerial (MANJ) dan Kepemilikan Asing (ASING). Dengan demikian, dapat dirumuskan melalui suatu kerangka pemikiran sebagai berikut (Gambar 2.1):

GAMBAR 2.1

Skema Kerangka Pemikiran



2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

2.4.1.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Profitabilitas atau keuntungan dapat berupa bermacam-macam, diantaranya berupa keuntungan setelah bunga dan pajak yang layak dibagikan kepada pemegang saham. Semakin besar keuntungan yang diperoleh oleh suatu perusahaan, maka semakin besar kemampuan perusahaan dalam membayar dividennya. Semakin besar dividennya, maka dapat semakin menghemat biaya modal. Jadi, profitabilitas merupakan faktor penting yang harus diketahui oleh investor dalam pertimbangan pengambilan keputusan investasi (Purnasiwi, 2011).

Berdasarkan teori keagenan yang dinyatakan oleh Bowman dan Haire (1976) dalam Heckston dan Milne (1996), "hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan tercermin dalam pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang diperlukan untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan." Ketika tanggung jawab agen kepada prinsipal terpenuhi, yaitu memperoleh keuntungan, maka akan memberikan keleluasaan manajemen perusahaan untuk mengungkapkan CSR.

Heinze (1976) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang dapat membuat manajemen memperoleh kebebasan dan

fleksibel untuk melakukan pengungkapan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham (Hackston dan Milne, 1996; dalam Anggraeni, 2006). Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan dapat mempengaruhi besar atau tidaknya luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fahrizqi (2010) dan Hussainey et. al (2011) menemukan hubungan positif antara profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996) dan Sembiring (2005).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H1a : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.4.1.2 Pengaruh Likuiditas terhadap pengungkapan CSR

Abd-El Salam dan Weetman (2003) dalam Hussainey et al (2011) berpendapat bahwa perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi akan cenderung melaporkan informasi pengungkapan CSR lebih lanjut secara sukarela untuk membedakan perusahaan mereka dengan perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang rendah. Berdasarkan teori legitimasi, yang melandasi bahwa kekuatan perusahaan dapat

diketahui melalui rasio likuiditas yang tinggi dan berhubungan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang tinggi. Hal ini didasarkan bahwa semakin kuat keuangan suatu perusahaan akan menyebabkan perusahaan cenderung memberikan informasi yang lebih luas daripada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang lemah (Rahajeng, 2010).

Sesuai dengan teori sinyal, hal ini diduga karena perusahaan dengan likuiditas yang tinggi cenderung lebih banyak melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial, sehingga akan memberi sinyal kepada perusahaan lain bahwa perusahaan mereka lebih baik daripada perusahaan lain. Sinyal tersebut dapat diwujudkan dengan melakukan pengungkapan informasi CSR secara lebih luas.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syahrir dan Suhendra (2010) menemukan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Akan tetapi tidak semua penelitian mendukung hubungan antara kedua variabel ini. Penelitian yang dilakukan oleh Hussainey et al (2011) dan Kamil dan Antonius (2012) menemukan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H1b : Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.4.1.3 Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan CSR

Leverage memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang (Fahrizqi, 2010). Menurut Belkaoui dan Karpik (1989), keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang dapat menurunkan pendapatan. Hasil penelitiannya menunjukkan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara kedua variabel ini. Penelitian yang dilakukan oleh Fahrizqi (2010) dan Hussainey et al (2011) tidak berhasil menunjukkan kedua variabel ini, yaitu diperoleh bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sesuai dengan teori sinyal yang memprediksi bahwa terdapat hubungan negatif antara *leverage* terhadap pengungkapan CSR, yaitu manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan membuat perusahaan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosialnya agar tidak menjadi sorotan *debtholders*.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H1c : Leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.4.1.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan teori keagenan, yang menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar pula dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Biaya keagenan yang besar dapat dikurangi dengan cara mengungkapkan informasi yang lebih luas. Dengan kata lain, teori keagenan memprediksi bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Selain itu berkaitan dengan teori *stakeholder*, perusahaan yang besar cenderung memiliki kepemilikan saham yang lebih banyak sehingga jumlah pemilik saham yang lebih banyak akan memerlukan informasi keuangan yang lebih besar pula. Hal ini menyebabkan perusahaan harus mengungkapkan informasi keuangan yang lebih luas dan lengkap supaya mendapat dukungan dari *stakeholder*.

Ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi risiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial (Fahrizqi, 2010). Penelitian terdahulu yang berhasil menunjukkan

hubungan antara kedua variabel ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Heckston dan Milne (1996), Sembiring (2005) dan Fahrizqi (2010) yang mendapatkan hasil penelitian bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara kedua variabel ini. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) dan Munif (2010) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H1d : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.4.2 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan CSR

Dewan Komisaris adalah mekanisme pengendalian *intern* tertinggi, yang bertanggung jawab untuk mengawasi tindakan yang dilakukan oleh manajemen puncak (Mulyadi, 2002). 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. Jika semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berkaitan dengan teori *agency*, dengan melaporkan laporan keuangan yang lebih lengkap maka setidaknya manajemen dapat mengurangi masalah keagenan yang rawan muncul dalam hubungan manajer – pemegang saham. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dewan komisaris yang berperan sebagai pihak intern yang mengawasi manajemen dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan CSR. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sembiring (2005) menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR. Akan tetapi tidak semua penelitian mendukung hubungan antara kedua variabel ini. Penelitian yang dilakukan oleh Fahrizqi (2010) menemukan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR .

2.4.3 Pengaruh Struktur kepemilikan terhadap pengungkapan CSR

2.4.3.1 Pengaruh Struktur kepemilikan Institusional terhadap pengungkapan CSR

Penelitian yang dilakukan oleh Grief dan Zychowicz (1994) dalam Rawi (2009) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kepemilikan institusional dari persentase saham yang dimiliki oleh investor institusional akan menyebabkan tingkat monitor menjadi

lebih efektif. Dengan demikian semakin tinggi tingkat kepemilikan institusi, maka pengungkapan CSR akan semakin luas. Penelitian terdahulu yang berhasil menunjukkan kedua hubungan variabel ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) yang menyatakan bahwa semakin besar kepemilikan institusional, maka semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan. Hal ini dikarenakan kepemilikan institusional yang besar akan menyebabkan tekanan terhadap manajemen untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan secara lebih luas.

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa *stakeholder* merupakan pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan. Kepemilikan institusional yang besar akan sangat berpengaruh dan berdampak pada keputusan manajemen yang akan diambil. Salah satu keputusannya adalah pengungkapan informasi CSR.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H3a : Struktur kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

2.4.3.2 Pengaruh Struktur kepemilikan Manajerial terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan teori keagenan, “hubungan antara manajemen dengan pemegang saham, rawan terjadinya masalah keagenan. Teori

keagenan menyatakan bahwa salah satu cara untuk memperkecil adanya konflik agensi dalam perusahaan adalah dengan memaksimalkan jumlah kepemilikan manajerial. Dengan menambah jumlah kepemilikan manajerial, maka manajemen akan merasakan dampak langsung atas setiap keputusan yang mereka ambil karena mereka menjadi pemilik perusahaan" (Jensen dan Meckling, 1976). Teori keagenan menyatakan bahwa jika jumlah kepemilikan manajerial bertambah, maka pengungkapan CSR yang dilakukan akan semakin besar. Hal ini dikarenakan manajemen sendiri yang menetapkan keputusan, mengambil keputusan serta merasakan dampak langsung dari hasil keputusan yang mereka ambil.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nasir dan Abdullah (2004) dan Rosmasita (2007) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dalam hubungan antara kepemilikan saham manajerial terhadap luas pengungkapan CSR. Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara kedua variabel ini, penelitian yang dilakukan oleh Rustiarini (2008) tidak berhasil menemukan hubungan antara kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H3b : Struktur kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

2.4.3.3 Pengaruh Struktur kepemilikan Asing terhadap pengungkapan CSR

Kepemilikan asing dalam suatu perusahaan merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan dapat bertahan hidup apabila masyarakat di sekitarnya merasa bahwa perusahaan telah melakukan kegiatan operasinya sesuai dengan nilai – nilai yang dimiliki oleh masyarakat (*Gray et. al.*, 1995). Berdasarkan teori legitimasi tersebut, perusahaan multinasional atau perusahaan yang sebagian besar sahamnya dimiliki oleh asing melihat keuntungan legitimasi berasal dari para *stakeholder*-nya berdasarkan atas *home market* yang dapat memberikan eksistensi yang tinggi dalam jangka waktu panjang (Suchman, 1995 dalam Barkemeyer, 2007).

Teori legitimasi mendasari bahwa jika perusahaan memiliki kontrak dengan *foreign stakeholder* baik dalam *ownership* maupun *trade*, maka perusahaan akan lebih didukung dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Jadi, semakin tinggi kepemilikan asing dalam suatu perusahaan, maka akan semakin luas pula pengungkapan CSRnya (Ramadhan, 2010). Penelitian yang dilakukan oleh Rustiarini (2008) menemukan bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H3c : Struktur kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah obyek dari suatu penelitian yang menjadi pusat perhatian pada suatu penelitian (Fahrizqi, 2010). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen, yaitu Karakteristik Perusahaan (Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan), Ukuran Dewan Komisaris dan Struktur Kepemilikan (Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Asing).

3.1.2 Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel bebas atau eksogen, variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Peneliti menggunakan variabel independen :

3.1.2.1 Profitabilitas

Menurut Heinze (1976) dalam Zaleha (2005) menyatakan bahwa profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial secara luas kepada pemegang saham. Indikator

seberapa menguntungkannya atau berapa profitabilitas suatu perusahaan relatif dikaitkan terhadap total aset. ROA memberikan ide tentang bagaimana manajemen dapat secara efisien menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba. ROA dihitung dengan membagi laba tahunan perusahaan dengan total aset, ROA ditampilkan sebagai persentase. Sehingga dalam penelitian ini, indikator profitabilitas yang dipakai adalah ROA.

Return on asset (ROA) merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya (Fahrizqi, 2010).

ROA dapat dihitung dengan rumus :

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

Sumber gambar : Fahrizqi, 2010

3.1.2.2 Likuiditas

Rasio likuiditas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan likuiditas jangka pendek perusahaan dengan melihat aktiva lancar perusahaan relatif terhadap hutang lancarnya. Hutang merupakan kewajiban suatu perusahaan. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi hutang jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancarnya (aktiva yang akan berubah menjadi kas dalam waktu satu tahun atau satu siklus bisnis) (Hanafi dan Abdul Halim,2005).

Dalam penelitian ini, likuiditas diukur dengan menggunakan rasio lancar. Berikut adalah rumus rasio lancar :

$$\text{Rasio lancar} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

Sumber gambar : Hanafi dan Abdul Halim ,2005

3.1.2.3 *Leverage*

Leverage adalah rasio dari jumlah modal yang digunakan dalam transaksi untuk uang jaminan yang diperlukan (margin). *Leverage* mencerminkan tingkat resiko perusahaan (Sembiring, 2005). Konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Fahrizqi (2010), *leverage* diukur dengan menggunakan *debt to equity ratio*.

Dalam penelitian ini, *leverage* diukur dengan *debt to equity ratio*. Berikut adalah rumus *debt to equtiy ratio*:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total kewajiban}}{\text{Total Ekuitas pemegang saham}}$$

Sumber : Fahrizqi, 2010.

3.1.2.4 Ukuran Perusahaan

Menurut Heckston dan Milne (1996) dalam Fahrizqi (2010), ukuran perusahaan dapat diukur dengan jumlah karyawan, total nilai aset, volume penjualan, atau peringkat indeks. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur ukuran suatu perusahaan

adalah total aktiva dan disajikan dalam bentuk logaritma, karena nilainya lebih besar dibandingkan variabel yang lain.

Rumus size perusahaan:

Size	=	Total Aktiva Perusahaan
Size	=	logTotal Aktiva Perusahaan

Sumber : Fahrizqi, 2010.

3.1.2.5 Ukuran Dewan Komisaris

Sembiring (2005) menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris diukur dengan menggunakan banyaknya jumlah dewan komisaris yang ada dalam suatu perusahaan. Konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Fahrizqi (2010), ukuran dewan komisaris diukur dengan melihat seberapa besar jumlah dewan komisaris dalam suatu perusahaan.

Rumus Ukuran Dewan Komisaris (Fahrizqi, 2010) :

UDK = ∑ Dewan Komisaris Perusahaan

Sumber : Fahrizqi, 2010.

3.1.2.6 Kepemilikan Institusional

Apabila suatu perusahaan mempunyai lebih dari satu kepemilikan institusi yang memiliki saham perusahaan, maka kepemilikan saham diukur dengan menghitung total seluruh saham yang dimiliki oleh seluruh pemilikan institusi dibadingkan dengan jumlah saham yang beredar (Tamba, 2011). Konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Tamba (2011), kepemilikan

institusional diukur dengan menggunakan perbandingan antara jumlah kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak institusi dengan jumlah saham yang beredar. Rumus dapat digambarkan sebagai berikut :

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

Sumber : Tamba, 2011.

3.1.2.7 Kepemilikan Manajerial

Suatu perusahaan yang mempunyai lebih dari satu kepemilikan manajerial (kebanyakan saham dimiliki oleh pihak manajemen), maka kepemilikan saham diukur dengan menghitung total seluruh saham yang dimiliki oleh seluruh pemilikan manajemen dibandingkan dengan jumlah saham yang beredar (Tamba, 2011). Konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Tamba (2011), kepemilikan manajerial diukur dengan menggunakan perbandingan antara jumlah kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak manajer dengan jumlah saham yang beredar. Rumus dapat digambarkan sebagai berikut :

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

Sumber : Tamba, 2011.

3.1.2.8 Kepemilikan Asing

Apabila suatu perusahaan terdapat lebih dari satu kepemilikan asing yang memiliki saham perusahaan, maka kepemilikan saham

diukur dengan menghitung total seluruh saham yang dimiliki oleh seluruh pemilikan asing dibandingkan dengan jumlah saham yang beredar (Tamba, 2011). Konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Tamba (2011), kepemilikan asing diukur dengan menggunakan perbandingan antara jumlah kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak asing dengan jumlah saham yang beredar. Rumus dapat digambarkan sebagai berikut :

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

Sumber : Tamba, 2011.

3.1.3 Variabel Dependen

Variabel dependen ini termasuk variabel terikat atau endogen. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

***Corporate Social Responsibility Disclosure* (Pengungkapan CSR)**

Pengungkapan tanggung jawab sosial menggunakan indikator Global Reporting Initiative yang diperoleh dari website https://www.globalreporting.org. Global Reporting Initiative (GRI) dengan jumlah 79 pengungkapan yang meliputi: *economic (EC), environment (EN), human rights (HR), labor practices (LP), product responsibility (PR),* dan *society (SO). Global Reporting Initiative* adalah sebuah kerangka pelaporan untuk membuat *sustainability reports* yang

terdiri atas prinsip-prinsip pelaporan, panduan pelaporan dan standar pengungkapan (di dalamnya termasuk indikator-indikator kinerja). Elemen-elemen ini yang akan dipertimbangkan untuk penilaiannya (GRI Report 2006).

Konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Erdanu (2010), indikator-indikator CSR tersebut akan dinilai dengan menggunakan variabel dummy. Penelitian ini diukur dengan menggunakan variabel dummy, yaitu dengan cara pemberian kode dummy yang umumnya menggunakan kategori penilaian yang dinyatakan dengan angka 1 atau 0. Kelompok yang diberi nilai dummy 0 (nol) disebut excluded group, sedangkan kelompok yang diberi nilai dummy 1 disebut included group (Ghozali, 2006). Pada penelitian ini, apabila item pengungkapan terdapat dalam laporan tahunan perusahaan maka akan diberi nilai 1, tetapi jika item pengungkapan tidak terdapat pada laporan tahunan perusahaan maka akan diberi nilai 0. Indeks pengungkapan CSR didasarkan pada indikator GRI yang berjumlah 79 pengungkapan. Item GRI sudah banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia yang mengikuti lomba ISRA (Indonesia Sustainability Report Award) untuk menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah melakukan pengungkapan CSR yang dilakukan dan untuk menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mempunyai *bussiness life cycle* yang bagus.

Semakin banyak item yang diungkapkan oleh perusahaan, maka indeksnya akan semakin tinggi. Perusahaan dengan angka indeks yang

lebih tinggi menunjukkan bahwa perusahaan telah mengungkapkan informasi yang lebih komprehensif dibandingkan dengan angka indeks yang lebih rendah (Erdanu, 2010). Penghitungan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebagai berikut :

$$\text{CSR INDEKS} = \frac{V}{79}$$

Keterangan :

CSR Indeks = Indeks Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

V = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan.

3.2 Populasi dan sampel

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2009-2011. Perusahaan manufaktur dipilih oleh peneliti karena peneliti menilai perusahaan ini lebih bergerak pada bidang perdagangan dengan menggunakan sumber daya alam. Peneliti ingin mengetahui seberapa besar kesadaran perusahaan-perusahaan di Indonesia yang bergerak di bidang perdagangan yang menggunakan dan memakai sumber daya alam dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*

dengan tujuan untuk mendapatkan sampel sesuai dengan kriteria yang di tentukan oleh peneliti.

Adapun kriteria sampel yang akan digunakan yaitu:

1. Perusahaan tidak mengalami *de-listing* dari Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian.
2. Perusahaan yang selama periode penelitian (3 tahun berturut-turut) terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia.
3. Perusahaan yang tidak memiliki ekuitas negatif. Karena, ekuitas negatif akan mempengaruhi informasi yang dimiliki oleh perusahaan.

3.3 Jenis dan sumber data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder, yaitu berupa laporan keuangan tahunan (*annual report*) perusahaan pada tahun 2009-2011 yang terdaftar pada BEI. Sumber data diperoleh oleh peneliti juga pada website BEI (www.idx.co.id). Alasan dipilihnya data pada periode tahun 2009-2011 karena laporan keuangan tahunan perusahaan pada periode tahun 2009-2011 merupakan data terbaru dari perusahaan.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi dokumentasi dan metode studi pustaka. Metode studi dokumentasi dengan mendapatkan data berupa laporan keuangan tahunan yang telah dipublikasikan pada periode tahun 2009-2011.

Data dalam penelitian ini diperoleh dari website BEI (www.idx.co.id), pojok BEI Universitas Diponegoro dan *Indonesia Capital Market Directory* (ICMD). Metode studi pustaka dengan mengumpulkan data atau keterangan yang berasal dari buku literatur perusahaan.

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan variabel profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional kepemilikan manajemen dan kepemilikan asing dan *corporate social responsibility* (CSR) yang dapat dilihat dari jumlah data, nilai maksimum, nilai minimum, angka rata-rata (*mean*) dan nilai standar deviasi. Statistik deskriptif didasarkan pada data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Agar model regresi yang dipakai dalam penelitian ini secara teoritis menghasilkan nilai parametrik yang sesuai dengan asumsi *Ordinary Least Squares* (OLS), terlebih dahulu data harus memenuhi tiga uji asumsi klasik. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk menguji hubungan linear antara pengungkapan CSR dengan variabel-variabel independen. Oleh karena itu diperlukan evaluasi asumsi-asumsi yang mendasari sebuah model regresi sehingga diperoleh aplikasi yang tepat. Asumsi penting model

regresi linear klasik yang dapat mengganggu interpretasi hasil adalah *multicollinearitarity*, *homoscedasticity* dan *Autocorrelation* (Gujarati,1988). Berikut ini adalah uji asumsi klasik :

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model suatu regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikasi uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) (Ghozali, 2006).

Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

H0 : Data residual terdistribusi normal

HA : Data residual tidak terdistribusi normal.

Apabila nilai signifikansi uji K-S bernilai signifikan (<0,05) maka H0 ditolak yang berarti data residual tidak terdistribusi secara normal. Akan tetapi, jika nilai signifikansi uji K-S bernilai tidak signifikan atau lebih dari 5% (>0,05) maka H0 diterima yang berarti data residual terdistribusi secara normal.

3.5.2.2 Uji Multikoliniearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi mengandung adanya korelasi antar variabel independen atau variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen (Ghozali, 2006). Menurut Erdanu (2010), uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel independen saling berhubungan secara linier. Multikolinearitas terjadi apabila antara variabel-variabel independen terdapat hubungan yang signifikan. Untuk mendeteksi adanya masalah multikolinearitas adalah dengan memperhatikan:

1. Besaran korelasi antar variabel independen.

   Pedoman suatu model regresi bebas multikolineritas, memiliki kriteria sebagai berikut:

   a. Koefisien korelasi antar variabel-variabel independen harus lemah tidak lebih besar dari 90 persen (dibawah 0,9).

   b. Jika korelasi kuat antara variabel-variabel Independen dengan variabel independen lainnya yaitu korelasi diatas 90 persen (0,9), maka hal ini menunjukkan terjadinya multikolinearitas yang serius.

2. Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Persamaan yang digunakan adalah: $VIF = \frac{1}{Tolerance}$

Nilai *cutoff* yang dipakai untuk menandai adanya faktor-faktor multikolinearitas adalah nilai tolerance $\leq$ 0,10 atau sama dengan nilai VIF $\geq$ 10. Model regresi yang baik tidak terdapat masalah multikolinearitas atau adanya hubungan korelasi diantara variabel-variabel independennya.

3.5.1.2 Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan deviasi standar nilai variabel dependen pada setiap variabel independen. Pengujian ini juga bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2006).

Heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen *(Z-PRED*) dan residualnya *(S-RESID),* dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y yang diprediksi - Y sesungguhnya). Apabila titik-titik pada grafik *scatterplot* menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola, maka tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model tersebut layak untuk dipakai. Analisis dengan menggunakan grafik *plots* mempunyai kelemahan yang cukup signifikan karena adanya

jumlah pengamatan mempengaruhi hasil *ploting*. Semakin sedikit jumlah pengamatan, maka akan semakin sulit menginterpretasikan hasil grafik *plot* (Ghozali, 2006).

3.5.1.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Apabila terjadi korelasi, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat problem autokorelasi (Ghozali, 2006). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari masalah autokorelasi.

Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi, maka dilakukan pengujian *Run Test.* Uji *Run Test* dilakukan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. *Run Test* digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak (sistematis) (Ghozali, 2006).

3.5.3 Uji Regresi Berganda

Uji regresi berganda bertujuan untuk mengetahui keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen. Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$CSR = \alpha + \beta 1\ PROFIT + \beta 2\ LIQ + \beta 3\ LEV + \beta 4\ SIZE + \beta 5\ UDK + \beta 6\ INST + \beta 7\ MANJ + \beta 8\ ASING + \varepsilon$$

Keterangan :

α = konstanta

β1- β7 = koefisien regresi

PROF = Profitabilitas

LIQ = Likuiditas

LEV = Leverage

SIZE = Ukuran Perusahaan

UDK = Ukuran Dewan Komisaris

INST = Kepemilikan Institusional

MANJ = Kepemilikan Manajerial

ASING = Kepemilikan Asing

3.5.4 Pengujian Hipotesis

Menurut Ghozali (2006), ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari Goodness of fit-nya. Secara statistik, ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada < 0,05. Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada > 0,05.

3.5.3.1 Uji T

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali,2005). Uji t dilakukan

dengan melihat nilai signifikansi t masing-masing variabel pada output hasil regresi menggunakan SPSS dengan significance level 0,05 (a =5%). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan > 0,05 maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan, yang berarti secara individual variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan ≤ 0,05 maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan), yang berarti secara individual variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.5.3.2 Uji F

Uji ini dilakukan untuk menunjukkan pengaruh variabel dependen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel independen. Tingkat signifikansi dalam pengujian ini adalah 0,05. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara serentak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara bersama – sama berpengaruh terhadap variabel terikat atau variabel dependen (Ghozali, 2006).

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Jika nilai signifikansi kurang atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima yang berarti secara bersama-sama semua variabel independen berpengaruh terhadap CSR.
2. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka hipotesis ditolak yang berarti secara bersama-sama semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap CSR.

3.5.3.3 Koefisien determinasi

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2005).

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah adanya bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R2 akan meningkat dan tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R2 pada penelitian yang menggunakan variabel bebas lebih dari 2.