

**PENGARUH PROFITABILITAS, UMUR
PERUSAHAAN, TIPE PERUSAHAAN DAN
KEPEMILIKAN MANAJERIAL TERHADAP
KINERJA SOSIAL PERUSAHAAN BERDASAR
ISO 26000**

(Studi Empiris pada perusahaan Pertambangan dan Keuangan yang
terdaftar di BEI tahun 2011-2012)



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

TEMMY DENY SAPUTRO

NIM C2C009198

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2013**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Temmy Deny Saputro

Nomor Induk Mahasiswa : C2C009198

Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH PROFITABILITAS, UMUR
PERUSAHAAN, TIPE PERUSAHAAN, DAN
KEPEMILIKAN MANAJEMEN TERHADAP
PENGUNGKAPAN KINERJA SOSIAL
PERUSAHAAN BERDASAR ISO 26000**

Dosen Pembimbing : Dr.H. Raharja, M.Si.,Akt.

Semarang, 12 September 2013

Dosen Pembimbing



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

NIP. 19491114 198001 1001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Temmy Deny Saputro
Nomor Induk Mahasiswa : C2C009198
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi
Judul Skripsi : **PENGARUH PROFITABILITAS, UMUR PERUSAHAAN,
TIPE PERUSAHAAN, DAN KEPEMILIKAN
MANAJERIAL TERHADAP KINERJA SOSAL
PERUSAHAAN BERDASAR ISO 26000 (Studi Empiris
pada Perusahaan Pertambangan dan Keuangan yang
terdaftar di BEI tahun 2011-2012)**

Telah dinyatakan lulus ujian tanggal 9 Oktober 2013

Timj Penguji :

1. Dr. H. Raharja, M.Si. Akt.

(.....)

2. Drs. Agustinus Santosa Adiwibowo, M.Si.,Akt.

(.....)

3. Dul Muid, S.E., M.Si., Akt.

(.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, TEMMY DENY SAPUTRO, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : PENGARUH PROFITABILITAS, UMUR PERUSAHAAN, TIPE PERUSAHAAN, DAN KEPEMILIKAN MANAJEMEN TERHADAP PENGUNGKAPAN KINERJA SOSIAL PERUSAHAAN BERDASAR ISO 26000, 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 symbol 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 itu, atau saya ambil tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

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

Semarang, 12 September 2013

Yang membuat pernyataan,

(TEMMY DENY SAPUTRO)

NIM : C2C009198

ABSTRACT

ISO 26000 is an international standard that gives a direction on disclosure of corporate social performance. ISO 26000 release in 2010, one year later Indonesia has begun to try to apply the international standards. There are 37 items disclosure of 7 core subjects of ISO 26000. This study aimed to investigate the influence of profitability, company age, type of company, and management ownership on disclosure of corporate social performance based on ISO 26000.

Data collection using purposive sampling method Chosen As many as 30 mining companies and 30 financial companies used as a sample. Methods of analysis of this study using multiple regression analysis.

The results of this study indicate that the variables that affect the disclosure of corporate social performance is age company. While the variables that do not affect the disclosure of corporate social performance is profitability, company type and management ownership.

Keywords : Disclosure of corporate social performance, ISO 26000, profitability, company age, company type, and management ownership

ABSTRAK

ISO 26000 merupakan sebuah standar internasional yang member sebuah arahan tentang pengungkapan kinerja sosial perusahaan. ISO 26000 rilis pada tahun 2010, satu tahun kemudian Indonesia sudah mulai mencoba menerapkan standar internasional tersebut. Terdapat 37 item pengungkapan dari 7 subjek inti ISO 26000. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, umur perusahaan, tipe perusahaan, dan kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan kinerja sosial perusahaan berdasar ISO 26000. Pengungkapan kinerja sosial perusahaan merupakan variabel dependen dalam penelitian ini diukur dengan standart internasional ISO 26000. Variabel independen dalam penelitian ini adalah tingkat profitabilitas, umur perusahaan, tipe perusahaan, dan kepemilikan manajemen.

Pengumpulan data menggunakan metode purposive sampling terpilih Sebanyak 30 perusahaan pertambangan dan 30 perusahaan keuangan digunakan sebagai sampel. Metode analisis dari penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi pengungkapan kinerja sosial perusahaan adalah variabel umur perusahaan. Sedangkan variabel yang tidak mempengaruhi pengungkapan kinerja sosial perusahaan adalah profitabilitas, tipe perusahaan dan kepemilikan manajemen.

Kata Kunci : Pengungkapan kinerja sosial perusahaan, ISO 26000, profitabilitas, umur perusahaan, tipe perusahaan, dan kepemilikan manajemen

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Innallaha ma'ashobirin (Sesungguhnya Allah
itu amat dekat dengan orang yang sabar)

fabiayyi alaa irobbikuma tukadziban (Maka nikmat
Tuhan mana lagi yang kamu dustakan)

Imagination is more important than knowledge - **Albert
Einstein**

Setiap orang punya jatah gagal, habiskan jatah gagalmu ketika
kamu masih muda - **Dahlan Iskan**

Manusia yang tidak sempurna

Skripsi ini ku persembahkan untuk:

Bapak ku Sunarto SE dan Ibu ku Suti'ah tercinta

Keluarga dan saudara

Teman dan sahabat semua

Kata Pengantar

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang dilimpahkan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH PROFITABILITAS, UMUR PERUSAHAAN, TIPE PERUSAHAAN DAN KEPEMILIKAN MANAJEMEN TERHADAP KINERJA SOSIAL PERUSAHAAN BERDASAR ISO 26000 (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan dan Keuangan yang terdaftar di BEI Tahun 2011-2012)” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Suka dan duka mengiringi proses penyelesaian skripsi ini, namun penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. H. Mohamad Nasir, M.Si, Akt, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak Prof. Dr. H. M. Syafrudin. M.Si., Akt selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Bapak Dr.H. Raharja, M,Si.,Akt, selaku dosen pembimbing skripsi atas segala bimbingan, arahan serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terealisasi.

4. Ibu H. Siti Mutmainah, S.E, M.Si., Akt. Yang telah membantu dan memperlancar penulis dalam mengikuti dan menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
5. Seluruh Staf Pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
6. Bapak dan Ibu tercinta yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang, dorongan, materi, nasihat dan motivasi kepada penulis yang merupakan anugrah terbesar dalam hidup.
7. Keluarga besar Bapak dan Ibu yang selalu memberikan nasihat, semangat dan motivasi kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi
8. Teman special Ulfah Meylida yang selalu memposisikan diri sebagai, teman, sahabat maupun mentor dalam berbagai kesempatan dan tidak kenal menyerah dalam menemani, membantu, memberi semangat dan memberi motivasi.
9. Keluarga besar GengGong, Sinta, Luki, Kania, Sika, Putri, Yudha, dan bang Adit yang selalu sedia memberi pertolongan naik secara moril maupun materiil. Terima kasih buat semangat, motivasi dan kasih sayang kalian semua.
10. Kawan-kawan Corner yang saling membantu dalam berbagai masalah, yang penulis sudah anggap sebagai keluarga. Salam kompak selalu.
11. Teman-teman Akuntansi kelas B regular 2 angkatan 2009 yang sudah bertukar ilmu dan pengalaman selama 4 tahun bersama.

12. Teman-teman KKN Tim Hore desa Pagersari, yang selalu memberi keceriaan.
Terima kasih atas hiburan dan suka duka selama di desa Pagersari maupun di
Tembalang
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah dengan
tulus ikhlas memberikan bantuan, doa dan motivasi sehingga dapat
terselesaikannya skripsi ini.

Penulis

TEMMY DENY SAPUTRO

NIM.C2C009198

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	9
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Teori <i>Stakeholder</i>	11
2.1.2 Teori Legitimasi	13
2.1.3 Teori Agensi	14
2.1.4 Pengungkapan Kinerja Sosial berdasar ISO 26000	15
2.1.5 Profitabilitas	20

2.1.6 Umur Perusahaan	22
2.1.7 Tipe Perusahaan	22
2.1.8 Kepemilikan Manajemen	23
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran Teoretik	30
2.4 Perumusan Hipotesis	30
2.4.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Kinerja Sosial berdasar ISO 26000	31
2.4.2 Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan Kinerja Sosial berdasar ISO 26000	32
2.4.3 Pengaruh Tipe Perusahaan terhadap Pengungkapan Kinerja Sosial berdasar ISO 26000	33
2.4.4 Pengaruh Kepemilikan Manajemen terhadap Pengungkapan Kinerja Sosial berdasar ISO	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Populasi dan Sampel	35
3.2 Jenis dan Sumber Data	35
3.3 Metode Pengumpulan Data	36
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	36
3.4.1 Pengungkapan Kinerja Sosial berdasar ISO 26000 (Y)	36
3.4.2 Profitabilitas (X_2)	39
3.4.3 Umur Perusahaan (X_1)	40
3.4.4 Tipe Perusahaan (X_3)	40
3.3.5 Kepemilikan Manajemen (X_4)	41
3.5 Metode Analisis	41
3.5.1 Statistik Deskriptif	42

3.5.2 Uji Asumsi Klasik	42
3.5.2.1 Uji Normalitas	42
3.5.2.2 Multikolinieritas	43
3.5.2.3 Heteroskedastisitas	44
3.5.2.4 Uji Autokorelasi	44
3.5.3 Uji Regresi Berganda.....	45
3.5.4 Uji Koefisien Determinasi	46
3.5.5 Uji Statistik Simultan (F test)	47
3.5.6 Uji Regresi Parsial (T test)	47
3.5.7 Pengujian Hipotesis	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	48
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	49
4.3 Uji Asumsi Klasik	51
4.3.1 Uji Normalitas	51
4.3.2 Uji Multikolonieritas	53
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	54
4.3.4 Uji Autokorelasi	55
4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	57
4.5 Uji Statistik F	58
4.6 Uji Statistik T	58
4.7 Pengujian Hipotesis	59
4.8 Interpretasi Hasil	61
BAB V PENUTUP	66

5.1 Kesimpulan	66
5.2 Keterbatasan Penelitian	68
5.3 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Ringkasan penelitian-penelitian terdahulu	27
Tabel 3.1	Pengungkapan Kinerja Sosial Perusahaan	37
Tabel 3.2	Rumus Pengungkapan Kinerja Sosial	39
Tabel 3.3	Rumus Perhitungan Kepemilikan Manajemen	41
Tabel 3.4	Pengambilan keputusan Autokorelasi	45
Tabel 4.1	Populasi dan Sampel	48
Tabel 4.2	Hasil Uji Statistic Deskriptif	49
Tabel 4.3	Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.4	Hasil Uji Multikolonieritas	53
Tabel 4.5	Hasil Uji Glejser	55
Tabel 4.6	Hasil Uji Durbin-Watson	56
Tabel 4.7	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	57
Tabel 4.8	Hasil Uji Simultan (Uji F)	58
Tabel 4.9	Hasil Uji Parsial	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pikiran	30
Gambar 4.1 Uji Normalitas	52
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Gambar 4.2 Hasil Autokorelasi	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Daftar pengungkapan kinerja sosial	73
Lampiran B Sampel perusahaan	82
Lampiran C Data yang diolah	84
Lampiran D Item pengungkapan kinerja sosial perusahaan	86
Lampiran E Output SPSS	89

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejarah perkembangan akuntansi, yang berkembang pesat pasca terjadinya revolusi industri, menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal (kaum kapitalis), sehingga orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal. Dengan keberpihakan perusahaan kepada pemilik modal ini, perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat (sosial) secara tidak terkendali. Hal ini mengakibatkan terjadinya kerusakan lingkungan dan mengganggu kehidupan manusia. Kapitalisme, yang hanya berorientasi pada laba material, telah merusak keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi pengembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan yang tidak memberi kontribusi bagi peningkatan kemakmuran mereka tetapi justru menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi sosial (Galtung & Ikeda, 1995 dan Rich, 1996 dalam Chwatiak, 1999 dalam Anggraini, 2006).

Dunia global banyak memberikan kenyataan bahwa sesungguhnya dunia yang di huni ini bukan hanya untuk manusia saja, namun juga harus memperhatikan rantai kehidupan makhluk hidup lainnya. Manusia kemudian tersadar akan kesalahan yang telah dilakukan hingga membahayakan kelangsungan kehidupan makhluk hidup lainnya. Untuk itulah manusia kemudian melakukan gerakan perubahan untuk perbuatan yang telah dilakukan dengan

membuat program Tanggung Jawab Sosial kepada alam (lingkungan) dan makhluk lainnya (sosial).

Isu lingkungan dan sosial berkaitan dengan perkembangan bisnis di era global, menjadi tema yang banyak diperbincangkan dikalangan para akuntan. Hal ini seiring dengan perkembangan *Sector Industry* serta era globalisasi yang semakin pesat, maka persaingan yang berkaitan dengan *Competitive advantage* semakin tinggi baik di dalam maupun luar negeri. Salah satu cara untuk dapat memenangkan persaingan tersebut adalah dengan menghasilkan produk yang berkualitas tinggi melebihi harapan pelanggan, namun peningkatan kualitas produk yang seringkali kurang seimbang dengan peningkatan kualitas lingkungan dan sosialnya (Latifah, *et al*, 2011).

Tahun 1970-an tercipta ide tentang tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility*. Pada awalnya, program ini dilakukan untuk kelompok hewan dan tumbuhan yang terkena dampak dari kesalahan manusia, namun seiring berjalannya waktu *Corporate Social Responsibility* cakupan berubah menjadi luas, bukan hanya untuk kelompok hewan dan tumbuhan saja, melainkan juga mencakup aspek lingkungan dan sosial.

Bertahun-tahun lamanya pengungkapan sosial dan lingkungan selalu menjadi tema yang hangat untuk dibahas. Banyak perusahaan yang berlomba-lomba menyalurkan dana untuk melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Bahkan hingga saat ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu wacana yang sering dibicarakan baik oleh perusahaan, aktivis lingkungan, aktivis pendidikan, maupun masyarakat dunia.

Menurut Darwin(2004) dalam Latifah, *et al.*(2011), kinerja yang dilakukan perusahaan tidak akan terlepas dari dampak globalisasi, kemajuan teknologi informasi, dan keterbukaan pasar. Oleh karena itu, perusahaan harus serius dan terbuka memperhatikan kinerjanya, terutama kinerja sosial yang dalam dunia bisnis sering disebut dengan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*). Perusahaan yang melaksanakan CSR dikatakan telah memenuhi *triple bottom line*: sosial, lingkungan, dan ekonomi.

Di Indonesia adalah salah satu negara yang melakukan aktivitas *Corporate Social Responsibility* dengan intensitas rendah dibanding negara-negara Asia lain. Tercatat hanya sekitar 27 perusahaan yang memberikan laporan mengenai aktivitas *Corporate Social Responsibility*. Barulah pada tahun 2005 Ikatan Akuntan Indonesia Kompartemen Akuntan Manajemen mengadakan *Sustainability Reporting Award* (ISRA). Secara umum ISRA bertujuan untuk mempromosikan *Voluntary Reporting Corporate Social Responsibility* kepada perusahaan di Indonesia dengan memberikan penghargaan kepada perusahaan yang membuat laporan terbaik mengenai aktivitas *Corporate Social Responsibility*.

Dalam Anggraini (2006) menjelaskan bahwa standar akuntansi keuangan di Indonesia belum mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial, terutama informasi mengenai tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan. Hal ini mengakibatkan pada praktik di lapangan, perusahaan mengungkapkan informasi sosial tersebut secara sukarela. Perusahaan akan mempertimbangkan biaya dan manfaat yang akan diperoleh pada saat mereka

memutuskan untuk mengungkapkan informasi sosial. Bila manfaat yang akan diperoleh dengan pengungkapan informasi tersebut lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan untuk mengungkapkannya, maka perusahaan akan dengan sukarela mengungkapkan informasi tersebut.

Corporate Social Responsibility saat ini bukan lagi bersifat sukarela/komitmen yang dilakukan perusahaan di dalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib/menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan: (1) perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL); (2) TJSL merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran; (3) perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dengan adanya ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat (Hukum Online, 2010 dalam Kusumadilaga, 2010).

Menurut Latifah, *et al.* (2011) adapun salah satu wujud kepedulian perusahaan atas kinerja sosial, kini dapat dijawab dengan sertifikasi ISO 26000 yang merupakan standar baru internasional yang dapat dijadikan pedoman

perusahaan-perusahaan pelaku kegiatan usaha yang wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan tentunya. ISO 26000 menjadi kunci penting untuk mendorong CSR yang substansial dan komprehensif.

Pengungkapan kinerja sosial perusahaan melalui sertifikasi ISO 26000 memang bukanlah suatu peraturan bagi suatu perusahaan, namun dengan munculnya sertifikasi ISO 26000 memberi sebuah standar baru mengingat di Indonesia belum ada standar yang mengatur secara langsung dalam pelaksanaan pengungkapan sosial. Dengan adanya standar baru itu juga dapat memudahkan *stakeholder* melihat pengungkapan sosial suatu perusahaan.

Stakeholder tentunya berharap dengan adanya standar baru yang mengatur pengungkapan sosial itu, tidak adalagi kasus-kasus lingkungan maupun sosial di masyarakat. Seperti pada kasus Unilever tentang sawit yang direspon negatif oleh *greenpeace*, karyawan Carefour yang keracunan sampai semburan lumpur di Muara Enim yang terjadi sepanjang tahun 2008.

Pengungkapan sukarela baik kinerja sosial maupun kinerja lainnya, dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu karakteristik perusahaan yang bersangkutan. Karakteristik tersebut meliputi ukuran perusahaan, umur perusahaan, kepemilikan manajemen, profit perusahaan, rasio likuiditas, rasio *leverage*, profitabilitas, ukuran dewan komisaris dan tipe perusahaan (Latifah, *et al.*, 2011).

Utomo (2000) menemukan bahwa perusahaan-perusahaan industry *High Profile* lebih tinggi daripada pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan pada industry *Low profile*. Kemudian penelitian Anggraini

(2006) menemukan hanya kepemilikan manajemen dan tipe industri yang berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Selain itu, pada penelitian yang dilakukan Nurdin dan Cahyandito (2006) menemukan bahwa secara parsial, hanya tema lingkungan dan sumber daya fisik yang berpengaruh terhadap perubahan harga saham. Secara simultan, semua kategori pengungkapan tema-tema sosial dan lingkungan berpengaruh terhadap perubahan harga saham. Kemudian pada *volume* perdagangan secara simultan, keseluruhan tema-tema sosial dan lingkungan serta perubahan harga saham berpengaruh terhadap perubahan *volume* perdagangan saham, sedangkan secara parsial hanya tema keterlibatan masyarakat yang berpengaruh terhadap perubahan harga saham, serta tema produk atau jasa berpengaruh terhadap *volume* perdagangan saham. Sama halnya dengan penelitian sebelumnya, penelitian Fahrizqi (2010) juga menemukan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Latifah, Prasetyo dan Rahardian (2011) yang berjudul “Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Kinerja Sosial berdasar ISO 26000 pada perusahaan yang termasuk dalam indeks LQ-45”. Karakteristik pada penelitian terdahulu adalah umur perusahaan, tingkat profitabilitas dan tipe perusahaan yang dilakukan pada tahun 2009 menemukan pengaruh umur perusahaan, tingkat profitabilitas dan tipe perusahaan berpengaruh terhadap kinerja sosial berdasar ISO 26000 secara simultan, namun secara parsial hanya umur perusahaan yang berpengaruh terhadap kinerja sosial perusahaan berdasar ISO 26000.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah ada sebelumnya belum ada batasan dalam pembahasan tentang luas pengungkapan ISO 26000, maka dalam penelitian ini mencoba membahas tentang pengungkapan ISO 26000 untuk mengetahui pengaruh terhadap karakteristik perusahaan yang terdiri dari tingkat profitabilitas, umur perusahaan, tipe perusahaan dan kepemilikan manajemen. Kemudian spesifikasi perusahaan yang lebih dipersempit menjadi perusahaan pertambangan dan keuangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2011 hingga 2012. Dua tipe perusahaan yang berbeda akan coba dibandingkan guna mendapatkan informasi perbedaan tipe perusahaan yang berhubungan langsung dengan sosial dan lingkungan. Selain itu, peneliti juga menambahkan variabel independen baru yaitu prosentase kepemilikan manajemen. Kepemilikan manajemen diambil karena pada penelitian Anggraini (2006) menunjukkan bahwa kepemilikan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Kepemilikan Manajemen dianggap dapat mempengaruhi pengungkapan kinerja sosial perusahaan. Owen (2005) dalam Anggraini (2006) menyatakan bahwa kasus Enron di Amerika telah menyebabkan perusahaan-perusahaan lebih memberikan perhatian yang besar terhadap pelaporan keberlanjutan dan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Isu-isu yang berkaitan dengan reputasi, manajemen resiko dan keunggulan kompetitif nampak menjadi kekuatan yang mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi sosial. Hasil yang sama juga terdapat dalam penelitian Finch (2005) yang menunjukkan bahwa motivasi perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial lebih banyak

dipengaruhi oleh usaha mengkomunikasikan kepada *stakeholder* mengenai kinerja manajemen dalam mencapai manfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam berbagai kesempatan, pengungkapan kinerja sosial perusahaan selalu ada pro dan kontra di dalamnya. Tak terkecuali dalam pembahasannya yang lebih mengutamakan kepentingan *stakeholder* dan banyak pihak yang dirugikan. Pihak yang sering merasa dirugikan adalah masyarakat, lingkungan, bahkan pekerjanya. Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, berikut perumusan masalah dalam penelitian ini.

1. Apakah profitabilitas berpengaruh pada pengungkapan kinerja sosial perusahaan berdasar ISO 26000?
2. Apakah umur perusahaan berpengaruh pada pengungkapan kinerja sosial perusahaan berdasar ISO 26000?
3. Apakah tipe perusahaan berpengaruh pada pengungkapan kinerja sosial perusahaan berdasar ISO 26000?
4. Apakah kepemilikan manajemen berpengaruh pada pengungkapan kinerja sosial perusahaan berdasar ISO 26000?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:

1. pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan kinerja sosial perusahaan berdasar ISO 26000
2. pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan kinerja sosial perusahaan berdasar ISO 26000
3. pengaruh tipe perusahaan terhadap pengungkapan kinerja sosial perusahaan berdasar ISO 26000
4. pengaruh kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan kinerja sosial perusahaan berdasar ISO 26000

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara manfaat teoritis dan praktis.

1) Manfaat Teoritis

Berdasarkan aspek teoritis yang ada, penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu khasanah ilmu akuntansi, terutama yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan pengungkapan kinerja sosial perusahaan, terutama setelah muncul standar ISO 26000 yang mengaturnya.

2) Manfaat praktis

Berdasarkan aspek praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan manfaat bagi perusahaan yang melaksanakan pengungkapan kinerja sosial dalam upaya penggunaan standar yang ada.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi dibagi dalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut.

Bab I, Pendahuluan. Berisi latar belakang masalah perkembangan pengungkapan kinerja sosial perusahaan. Dengan latar belakang tersebut dilakukan perumusan masalah penelitian. Selanjutnya dibahas mengenai tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II, Telaah Pustaka. Berisi teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian. Landasan teori dan penelitian terdahulu selanjutnya digunakan untuk membentuk kerangka teoritis.

Bab III, Metode Penelitian. Menjelaskan metode penelitian, mencakup pemilihan sampel, pengumpulan data dan teknik analisis yang digunakan dalam pengujian hipotesis.

Bab IV, Hasil dan Pembahasan. Menjelaskan analisis terhadap data dan temuan empiris yang diperoleh.

Bab V, Penutup. Berisi kesimpulan yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian dan saran yang nantinya dapat dijadikan acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya atau sebagai bahan implikasi.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Dalam Kusumadilaga (2010) mengungkapkan bahwa konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah dimulai sejak awal 1970-an, yang secara umum dikenal dengan sebutan *stakeholder theory*. Sebutan ini mempunyai arti sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan.

Stakeholder theory menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier pemerintah, masyarakat, analisis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Gray, Kouhy dan Adam (1994,p.53) dalam Chariri (2008) mengatakan bahwa:

Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah

untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerfull stakeholder*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog diantara perusahaan dengan *stakeholdernya*.

Teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja (*stakeholder*) perusahaan bertanggung jawab Freeman (2001). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholdernya* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholdernya*, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misalnya tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan, dan lain-lain (Chariri dan Ghozali, 2007). Dalam Fahrizqi (2010) menjelaskan bahwa salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR, dengan pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Hubungan yang harmonis akan menjadikan perusahaan dapat mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaannya (*sustainability*).

Tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*shareholder*), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai ketertarikan atau klaim terhadap perusahaan (Untung 2009, dalam Waryanti 2009, dalam Kusumadilaga, 2010).

2.1.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan melakukan kegiatan usaha dengan batasan-batasan yang ditentukan oleh norma-norma, nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan (Chariri, 2007). Gray *et al.* (1994) dalam Setyaningrum (2011) berpendapat bahwa teori legitimasi dan teori *stakeholder* merupakan perspektif teori yang berada dalam kerangka teori ekonomi politik. Hal ini dikarenakan pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat. Teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat.

Beberapa studi tentang Pengungkapan Sosial Lingkungan telah menggunakan teori legitimasi sebagai basis dalam menjelaskan praktik PSL (Wilmshurts dan Frost 2000; Patten 1992; Guthrie dan Parker 1989; Tinker dan Neilmark 1987; Hogner 1982). Dowling dan Pfeffer (1975) menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi. Mereka mengatakan dalam Chariri (2008):

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

2.1.3 Teori Agensi

Teori keagenan (*agency theory*) menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agent tersebut (Hendriksen dan Michael, 2000 dalam Permanasari, 2010). Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri, sehingga terjadi konflik kepentingan antara pemilik dan agen. Hal ini dikarenakan kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan *principal*, sehingga memicu biaya keagenan (*agency cost*). Pemegang saham sebagai *principal* diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan, sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut (Fahrizqi, 2010).

Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Anggraini (2006) di dalam hubungan keagenan, terdapat 3 faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab yaitu biaya pengawasan (*monitoring costs*), biaya kontrak (*contracting costs*), dan visibilitas politis. Perusahaan yang menghadapi biaya pengawasan dan kontrak yang tinggi cenderung akan memilih metode akuntansi yang dapat meningkatkan laba yang dilaporkan, dan perusahaan yang menghadapi visibilitas politis yang tinggi cenderung akan memilih metode dan teknik akuntansi yang dapat melaporkan laba menjadi lebih rendah. Perusahaan melakukan pengungkapan informasi sosial dengan tujuan untuk membangun

image pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Perusahaan memerlukan biaya untuk memberikan informasi sosial, sehingga laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah dan visibilitas politis yang tinggi akan cenderung untuk mengungkapkan informasi sosial. Jadi, pengungkapan informasi sosial berhubungan positif dengan kinerja sosial, kinerja ekonomi, dan visibilitas politis serta berhubungan negatif dengan biaya kontrak dan pengawasan.

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 yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat). Kemudian, sebagai wujud pertanggungjawaban, manajer sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak *principal*, dalam hal ini adalah pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan (Putra, 2010).

2.1.4 Pengungkapan Kinerja Sosial Berdasar ISO 26000

Sesuai dengan mandat FASB no. 1 yaitu Laporan Keuangan harus berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan, maka laporan keuangan harus dapat membantu investor dan kreditur untuk menginterpretasikan keadaan perusahaan. Manajer dapat memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada investor guna meningkatkan nilai saham perusahaan. Sinyal

yang diberikan dapat dilakukan melalui ungkapan (*disclosure*) informasi akuntansi. Informasi yang diungkapkan dalam laporan keuangan perusahaan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu ungkapan wajib (*enforced/mandatory disclosure*) dan ungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Ungkapan laporan keuangan bermanfaat memberi *guide*, fasilitas untuk para investor dan pengguna dalam membuat keputusan ekonomi supaya terarah sehingga dapat memperoleh keuntungan dari investasi yang dilakukannya. Meskipun semua perusahaan publik diwajibkan untuk memenuhi ungkapan minimum, mereka berbeda secara substansial dalam jumlah tambahan informasi yang mereka ungkap kepada pasar modal (Siti, 2003 dalam Yulfaida, 2012).

Untuk memenuhi mandat FASB no.1 yang telah berganti menjadi FASB no. 8, dunia internasional pada 1 November 2010 mengeluarkan sebuah standar mengenai tanggungjawab sosial seharusnya dilaksanakan, yaitu ISO 26000. Dengan adanya ISO 26000 akan memudahkan bagi perusahaan untuk menetapkan kriteria pengungkapan sosial perusahaan tersebut. Ada 7 subjek inti ISO 26000: 2010 yang dijelaskan oleh CSR Indonesia.

1) Tata Kelola Organisasi

Yang dapat didefinisikan tata kelola organisasi adalah sistem yang dibuat dan dijalankan oleh sebuah organisasi dalam mencapai tujuannya.

2) Hak-hak Asasi Manusia

Hak asasi itu berarti bersifat *inherent*, *inalienable* (tidak dapat dicabut), *universal*, *indivisible* (tidak dapat dibagi-bagi), *interdependent* (keterkaitan). Oleh karena itu, hak asasi manusia dibagi menjadi 8 indikator, antara lain:

- (1) Penelitian mendalam (*due diligence*)
- (2) Kondisi yang menimbulkan risiko HAM
- (3) Penghindaran pelanggaran
- (4) Penyelesaian keluhan
- (5) Diskriminasi dan kelompok-kelompok rentan
- (6) Hak-hak sipil dan politik
- (7) Hak-hak ekonomi, sosial dan budaya
- (8) Hak-hak fundamental ketenagakerjaan

3) Praktik Ketenagakerjaan

Ada kalanya hubungan pengusaha dengan pekerja dipandang tidak seimbang. Kadang pengusaha terlalu mendominasi dunia, manakala pencari kerja lebih tinggi jumlahnya dibanding dengan lowongan kerja yang tersedia. Di samping itu, upah yang disediakan pun tergolong rendah. Dalam masalah ini, seharusnya pemerintah ikut berperan untuk menyelesaikan permasalahan ini. Untuk itu, disediakan 5 indikator, antara lain:

- (1) Kerja dan hubungan ketenagakerjaan
- (2) Kondisi kerja dan jaminan sosial

- (3) Dialog ketenagakerjaan
- (4) Kesehatan dan keselamatan kerja
- (5) Pengembangan sumber daya manusia dan pelatihan

4) Lingkungan

Selain dari segi sosial, lingkungan juga mempunyai dampak yang lumayan parah. Pada subjek ini, perusahaan berusaha untuk mengeksplorasi lingkungan sebanyak-banyaknya tanpa mempedulikan dampak yang ada. Oleh karena itu, subjek ini menyediakan 4 indikator, antara lain:

- (1) Pencegahan polusi
- (2) Penggunaan sumber daya yang berkelanjutan
- (3) Mitigasi dan adaptasi terhadap perubahan iklim
- (4) Proteksi lingkungan dan keragaman hayati dan restorasi habitat

5) Praktik Operasi yang Adil

Praktik operasi yang adil pada dasarnya menunjuk pada etika organisasi dalam berhubungan dengan organisasi lainnya. Selain itu, ketaatan, promosi, dan dorongan dari berbagai pihak juga mendasari keseluruhan praktik operasi yang adil. Oleh karena itu, terdapat 5 indikator dalam subjek ini, antara lain:

- (1) Anti korupsi
- (2) Keterlibatan yang bertanggung jawab dalam urusan politik
- (3) Kompetisi yang adil
- (4) Promosi tanggung jawab sosial dalam *sphere of influence*

(5) Penghormatan hak cipta

6) Isu-isu Konsumen

Pada dasarnya perusahaan yang membuat atau menyediakan barang atau jasa harus bertanggung jawab terhadap konsumen dan pelanggannya. Kemudian perusahaan juga harus bertanggung jawab termasuk pada mengedukasi dan memberi informasi yang tepat, akurat dan transparan. Oleh karena itu ada 7 indikator adalah sebagai berikut:

- (1) Pemasaran yang adil, dengan informasi yang faktual dan tidak bias, serta praktik kontraktual yang adil.
- (2) Pemeliharaan kesehatan dan keselamatan konsumen.
- (3) Konsumsi yang berkelanjutan.
- (4) Pelayanan dan dukungan terhadap konsumen, serta penyelesaian keberatan.
- (5) Proteksi dan privasi data konsumen.
- (6) Akses terhadap pelayanan esensial.
- (7) Pendidikan dan penyadaran.

7) Pelibatan dan Pengembangan Masyarakat

Menempatkan diri adalah bagian yang tidak dapat terpisahkan dari suatu komunitas. Tujuannya untuk mengetahui dan menghormati hak-hak komunitas, mengetahui karakteristik, dan sejarah dalam berkomunikasi dengan organisasi, serta untuk mengakui “nilai kerja” di dalam kemitraan, dukungan dan pertukaran pengalaman, sumber daya, dan usaha bersama. Untuk itu Ada 7 indikator adalah sebagai berikut.

- (1) Pemeliharaan masyarakat.
- (2) Pemeliharaan dan kebudayaan.
- (3) Penciptaan lapangan kerja dan peningkatan ketrampilan.
- (4) Pengembangan dan akses atas teknologi.
- (5) Kesejahteraan dan peningkatan pendapatan.
- (6) Kesehatan.
- (7) Investasi sosial.

2.1.5 Profitabilitas

Hubungan antara pengungkapan CSR dan profitabilitas perusahaan telah dipostulasikan untuk merefleksikan pandangan bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya manajerial yang sama, sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat perusahaan menguntungkan Bowman dan Haire (1976) dalam Heckston dan Milne (1996) dalam Fahrizqi (2010). Belkaoui & karpik (1989) dalam Anggraini (2006) menyatakan bahwa dengan kepeduliannya terhadap masyarakat (sosial) menghendaki manajemen untuk membuat perusahaan menjadi *profitable*. Kemudian Vence (1975) dalam Belkaoui & karpik (1989) dalam Anggraini (2006) mempunyai pandangan yang berkebalikan, bahwa pengungkapan sosial perusahaan justru memberikan kerugian kompetitif (*competitive disadvantage*) karena perusahaan harus mengeluarkan tambahan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial tersebut.

Heinze (1976) dalam Heckston dan Milne (1996) dalam Fahrizqi (2010) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Menurut Petronila dan Muklasin (2003) dalam Wahidahwati (2002) dalam Kusumadilaga (2010) profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Kemudian Ang (1997) dalam Wahidawati (2002) dalam Kusumadilaga (2010) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayar dividennya. Para manajer tidak hanya mendapatkan dividen, tetapi juga akan memperoleh *power* yang lebih besar dalam menentukan kebijakan perusahaan. Dengan demikian semakin besar dividen (*dividend payment*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*insider*) menjadi meningkat *power* nya nahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat dari penerimaan dividen sebagai keuntungan yang tinggi. Jadi, profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya.

2.16 Umur Perusahaan

Umur perusahaan merupakan salah satu variabel penting dalam perjalanan suatu perusahaan. Umur perusahaan dapat mencerminkan seberapa besar perusahaan tersebut. Seberapa besar suatu perusahaan dapat digambarkan dalam kedewasaan perusahaan. Kedewasaan perusahaan akan membuat perusahaan yang bersangkutan memahami apa yang diinginkan oleh *stakeholder* dan *shareholder* nya.

Perusahaan yang sudah lama berdiri tentunya akan mendapat perhatian lebih dari masyarakat luas. Dengan demikian, tentunya perusahaan yang sudah lama berdiri akan selalu menjaga stabilitas dan citra perusahaan. Untuk menjaga stabilitas dan citra, perusahaan akan berusaha mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya.

Pengukuran umur perusahaan dihitung sejak berdirinya perusahaan sampai dengan data observasi (*annual report*) dibuat (latifah *et al*, 2011). Dari *annual report* yang diterbitkan perusahaan akan mengungkapkan seberapa bagus kemampuan perusahaan dalam menjaga stabilitas dan citra.

2.17 Tipe Perusahaan

Tipe perusahaan merupakan suatu tempat untuk mempermudah pemakai laporan membedakan jenis perusahaan. Pengelompokan jenis perusahaan berguna untuk membedakan tipe perusahaan yang berhubungan langsung dengan sosial dan lingkungan dengan perusahaan yang tidak berhubungan langsung.

Tipe industri pada umumnya dibagi menjadi 2 yaitu *high profile* dan *low profile* (latifah, *et al*, 2011). Menurut Robert, 1992 dalam Utomo, 2000 dalam Purwanto 2011 mengungkapkan perusahaan yang termasuk dalam tipe industri *high profile* merupakan perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas tinggi terhadap lingkungan, tingkat resiko politik yang tinggi atau tingkat kompetisi yang kuat.

Selain itu, perusahaan yang termasuk *high profile* umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasi perusahaan memiliki potensi dan kemungkinan berhubungan dengan kepentingan masyarakat luas. Industri *high profile* diyakini melakukan pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang lebih banyak daripada industri yang *low profile*. Adapun perusahaan yang tergolong dalam industri *high profile* pada umumnya memiliki karakteristik seperti memiliki jumlah tenaga kerja yang besar dan dalam proses produksinya mengeluarkan residu, seperti limbah dan polusi (zuhroh dan Sukmawati, 2003 dalam Purwanto, 2011).

2.1.8 Kepemilikan Manajemen

Faisal (2004), Wahidawati (2001), Born (1998) dalam Junaidi (2006) dalam nurlela dan junaidi (2008) menyatakan bahwa kepemilikan manajemen adalah prosentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh direksi, manajer, dan dewan komisaris. Dengan adanya kepemilikan manajemen dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan dugaan yang menarik bahwa nilai perusahaan meningkat sebagai akibat kepemilikan manajemen yang meningkat.

Kepemilikan manajemen adalah proporsi pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (direktur dan komisaris) (Diyah dan Erman, 2009 dalam Permanasari, 2010). Dengan adanya kepemilikan manajemen dalam sebuah perusahaan, akan menimbulkan dugaan yang menarik bahwa nilai perusahaan meningkat sebagai akibat kepemilikan manajemen yang meningkat. Kepemilikan oleh manajemen yang besar akan efektif memonitoring aktivitas perusahaan.

Meningkatnya kepemilikan manajemen digunakan sebagai salah satu cara untuk mengatasi masalah yang ada di perusahaan. Dengan meningkatnya kepemilikan manajemen maka manajer akan termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya, sehingga hal ini akan berdampak baik kepada perusahaan serta memenuhi keinginan pemegang saham. Semakin besar kepemilikan manajemen dalam perusahaan maka manajemen akan lebih giat untuk meningkatkan kinerja, karena manajemen mempunyai tanggung jawab untuk memenuhi keinginan para pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri. Manajemen akan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan, karena manajemen akan ikut merasakan manfaat secara langsung dari keputusan yang diambil tersebut. Selain itu, manajemen juga ikut menanggung kerugian apabila keputusan yang diambil merekasalah (Muttaqin, 2013).

Konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil (Jensen dan Meckling dalam Anggraini, 2006). Dalam hal ini, manajer akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan.

Sebaliknya, semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut (Gray, *et al.* dalam Anggraini, 2006).

2.2 Penelitian Terdahulu

Fahrizqi (2010) melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate sosial responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan. Yang menguji ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris terhadap hubungan dengan pengungkapan *corporate sosial responsibility*. Secara parsial ukuran perusahaan, profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan *leveraged* dan dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR secara parsial.

Utomo (2000) dalam penelitian Praktek Pengungkapan Sosial pada Pelaporan Tahunan Perusahaan, yang meneliti perbandingan pengungkapan sosial pada perusahaan *High Profile* dan *Low Profile* dalam laporan tahunan perusahaan Indonesia menemukan bahwa perusahaan-perusahaan industri *High Profile* lebih tinggi daripada pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan pada industry *Low profile*.

Permanasari (2010) dalam penelitian “Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan”, menemukan bahwa hanya *corporate sosial responsibility* yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kusumadilaga (2010) dalam penelitian “Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating”, studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasilnya profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan, namun variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Nurdin dan Cahyandito (2006) yang melakukan penelitian tentang pengungkapan tema-tema sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan terhadap reaksi investor. Yang mengukur pengungkapan tema-tema sosial dan lingkungan yang terdiri dari keterlibatan masyarakat, sumber daya manusia, lingkungan dan sumber daya fisik serta produk atau jasa terhadap reaksi investor yang berupa perubahan harga saham, dan volume perdagangan saham. Dalam hasilnya dapat diketahui bahwa secara simultan pengungkapan tema-tema sosial dan lingkungan (yang terdiri dari tema keterlibatan masyarakat, sumber daya manusia, lingkungan dan sumber daya fisik, serta produk atau jasa) dalam laporan keuangan terbukti berpengaruh terhadap perubahan harga saham secara simultan. Secara parsial, hanya tema lingkungan dan sumber daya fisik yang berpengaruh terhadap perubahan harga saham. Sedangkan secara simultan,

keseluruh tema sosial dan lingkungan serta perubahan harga saham berpengaruh terhadap perubahan *volume* perdagangan saham. Kemudian secara parsial hanya tema keterlibatan masyarakat yang berpengaruh terhadap perubahan harga saham, serta tema produk atau jasa berpengaruh terhadap *volume* perdagangan saham.

Latifah, Prasetyo dan Rahardian (2011) yang meneliti “pengaruh karakteristik perusahaan terhadap kinerja sosial berdasar ISO 26000 pada perusahaan yang termasuk dalam indeks LQ-45” mengukur umur perusahaan, tingkat profitabilitas dan tipe perusahaan mempunyai pengaruh terhadap kinerja sosial berdasar ISO 26000. Hasilnya adalah umur perusahaan, tingkat profitabilitas dan tipe perusahaan berpengaruh terhadap kinerja sosial berdasar ISO 26000 secara simultan, sedangkan secara parsial hanya umur perusahaan yang berpengaruh terhadap kinerja sosial perusahaan berdasar ISO 26000.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan Anggraini (2006) tentang pengaruh kepemilikan manajemen, *leverage*, ukuran perusahaan, tipe industri dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Dengan menggunakan metode *content analysis* dapat menemukan bahwa hanya kepemilikan manajemen dan tipe industri yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian-penelitian Terdahulu

Peneliti	Variabel			Hasil Penelitian
	Dependen	Independen	Lain	
Fahrizqi (2010)	Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	Ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> , dan ukuran dewan komisaris		Ukuran perusahaan profitabilitas berpengaruh, <i>leverage</i> dan dewan komisaris tidak berpengaruh
Utomo (2000)	Praktek pengungkapan sosial	<i>High profile</i> dan <i>low profile</i>		<i>High profile</i> lebih tinggi dalam pengungkapan sosial dari pada perusahaan <i>low profile</i>
Permanasari (2010)	Nilai perusahaan	Kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, dan <i>corporate social responsibility</i>		Hanya <i>Corporate social responsibility</i> yang berpengaruh, kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh
Kusumadilaga (2010)	Nilai perusahaan	<i>Corporate social responsibility</i>	Profitabilitas	<i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh, profitabilitas tidak berpengaruh
Nurdin dan Cahyandito (2006)	Reaksi investor	Tema-tema sosial dan lingkungan		Tema-tema sosial dan lingkungan berpengaruh pada reaksi investor

Latifah, Prasetyo, dan Rahardian (2011)	Kinerja sosial berdasarkan ISO 26000	Umur perusahaan, tingkat profitabilitas, dan tipe perusahaan		Hanya umur perusahaan yang berpengaruh, tingkat profitabilitas dan tipe perusahaan tidak berpengaruh
Anggraini (2006)	Pengungkapan <i>Corporate social responsibility</i>	Kepemilikan manajemen, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, tipe industri, dan profitabilitas		Kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i> , sedangkan <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, dan profitabilitas tidak berpengaruh

Sumber: Ringkasan hasil penelitian sebelumnya.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Latifah, Prasetyo, dan rahardian (2011) yang meneliti tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap kinerja sosial berdasar ISO 26000 pada perusahaan yang termasuk dalam indeks LQ-45. Dalam penelitian ini peneliti menambahsatu variabel independen dengan tahun penelitian, dan penentuan sampel yang berbeda. Variabel independen yang ditambahkan yaitu kepemilikan manajemen. Tahun penelitian yang digunakan oleh Latifahet al. yaitu tahun 2009, sedangkan yang digunakan peneliti yaitu 2011-2012. Pada penentuan sampel, Latifah menggunakan sampel perusahaan yang terdaftar di LQ-45, sedangkan

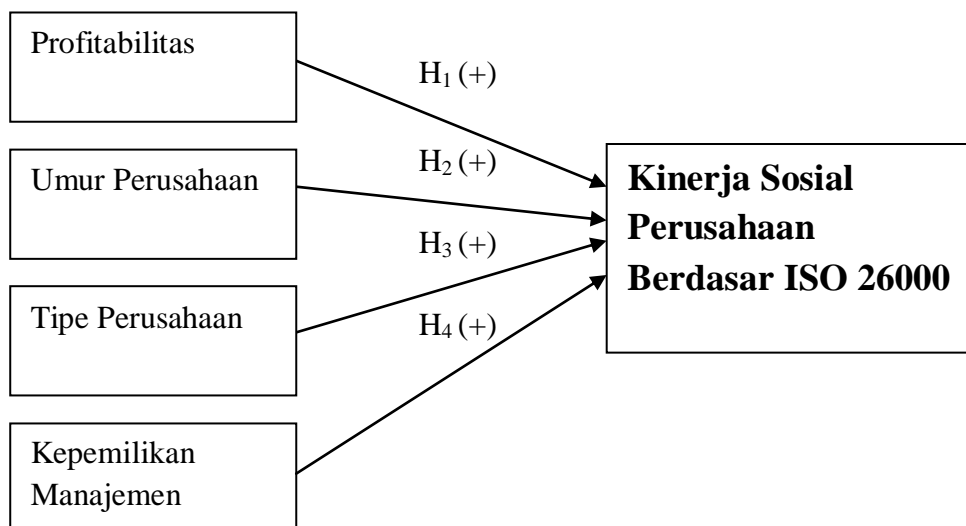
peneliti menggunakan sampel perusahaan pertambangan dan keuangan yang terdaftar di BEI.

2.3 Kerangka Pemikiran Teoretik

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu yang sudah diuraikan, maka kerangka pikiran dalam penelitian ini digambarkan pada gambar 2.1 di bawah ini.

Gambar 2.1

Skema Kerangka Pikiran



2.4 Perumusan Hipotesis

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu seperti yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian ini akan menguji pengaruh profitabilitas, umur perusahaan, tipe perusahaan, dan kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan kinerja sosial perusahaan berdasar ISO 26000.

2.4.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Kinerja Sosial berdasar ISO 26000

Heinze (1976) dalam Heckston dan Milne (1996) dalam Fahrizqi (2010) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan.

Berbeda dengan pengungkapan Heinze, (1976) dalam Hackston dan Milne, (1996) dalam Latifah, *et al*, (2011) yang menyatakan bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan tersebut. Sebaliknya, ketika tingkat profitabilitas rendah perusahaan akan berharap pengguna laporan keuangan akan membaca “good news” kinerja perusahaan.

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Heinze, 1976 dalam Hackston & Milne, 1996 dalam Anggraini, 2006). Jadi, ketika suatu perusahaan mendapatkan profit yang tinggi dalam satu periode perusahaan akan mengurangi pengungkapan sosialnya kemudian ketika perusahaan mendapat profit yang rendah perusahaan justru akan mengungkapkan kinerja sosial dengan tinggi. Dari uraian diatas maka **H₁ = tingkat profitabilitas**

perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan kinerja sosial berdasar ISO 26000.

2.4.2 Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan Kinerja Sosial berdasar ISO 26000

Widiastuti (2002) dalam Nofandrilla (2008) dalam Utami (2012) menyatakan umur perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing. Dengan demikian, umur perusahaan dapat dikaitkan dengan kinerja keuangan suatu perusahaan. Perusahaan yang berdiri lebih lama memiliki pengalaman lebih banyak dan mengetahui kebutuhan konstituennya atas informasi tentang perusahaan.

Tujuan utama perusahaan menerbitkan laporan pertanggungjawaban atas kinerja sosial adalah untuk memberikan *feedback* kepada *stakeholdernya*. Dengan pemberian sosial kepada *stakeholder* setiap tahun dan berkelanjutan, diharapkan semakin lama perusahaan berdiri maka mengetahui apa yang diinginkan oleh *stakeholdernya*. Menurut penelitian Sembiring (2005) dan Suropto (1999) dalam Latifah, *et al.* (2011), mereka menemukan adanya korelasi antara umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sehingga **H₂ adalah : umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan kinerja sosial berdasar ISO 26000.**

2.4.3 Pengaruh Tipe Perusahaan terhadap Pengungkapan Kinerja Sosial berdasar ISO 26000

Banyak peneliti akuntansi sosial, melakukan penelitian mengenai tipe industri yang diidentifikasi sebagai faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Para peneliti mengklasifikasi tipe industry menjadi dua jenis yaitu tipe industri *high-profile* dan tipe industri *low-profile*. Robert (1992) dalam Hackston and Milne (1996:8) dalam Putra (2011) mendefinisikan bahwa *high-profile* sebagai perusahaan yang memiliki *consumer visibility*, tingkat risiko politik dan tingkat kompetisi yang tinggi, sedangkan *low-profile* adalah sebaliknya.

Pelaporan setiap kategori perusahaan tentu berbeda-beda, dengan adanya batasan-batasan tertentu pada setiap kategori, terutama perusahaan pada kategori yang berhubungan dengan *stakeholder*. Seharusnya perusahaan yang termasuk *high profile* harus melakukan pengungkapan sosial yang lebih banyak daripada perusahaan yang termasuk kategori *low profile*. Hackston dan Milne (1996) dalam Latifah, *et al* (2011), menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki aktivitas ekonomi yang memodifikasi lingkungan, seperti perusahaan ekstratif, lebih mungkin mengungkapkan informasi mengenai dampak lingkungan dibandingkan perusahaan yang lain. Berdasarkan uraian tersebut maka **H₃ adalah : tipe perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan kinerja sosial berdasar ISO 26000.**

2.4.4 Pengaruh Kepemilikan Manajemen terhadap Pengungkapan Kinerja Sosial berdasar ISO 26000

Menurut *agency theory*, pemisahan antara kepemilikan dan pengelolaan perusahaan dapat menimbulkan konflik keagenan. Konflik keagenan disebabkan

principal dan agen mempunyai kepentingan sendiri-sendiri yang saling bertentangan karena agen dan *principal* berusaha memaksimalkan utilitasnya masing-masing (Permanasari, 2010).

Menurut Permanasari (2010), manajer sekaligus pemegang saham akan meningkatkan nilai perusahaan karena dengan meningkatkan nilai perusahaan, maka nilai kekayaannya sebagai pemegang saham akan meningkat juga. Faisal (2004), Wahidawati (2001), Born (1988) dalam Junaidi (2006) dalam Nurlela dan Islahudin (2006) menyatakan bahwa kepemilikan manajemen adalah prosentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh direksi, manajer, dan dewan komisaris. Konflik kepentingan yang dapat terjadi antara manajer dengan pemilik akan menjadi besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan itu kecil. Oleh karena itu, manajer akan berusaha memaksimalkan kepentingan individu daripada perusahaan, ataupun sebaliknya ketika kepemilikan manajer lebih besar, manajer cenderung semakin produktif untuk melakukan kinerja sosial perusahaannya. Berdasarkan uraian tersebut **Hadalah : kepemilikan manajer berpengaruh negatif terhadap kinerja sosial perusahaan berdasar ISO 26000.**

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Pertambangan dan Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pemilihan sampel akan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Kriteria yang akan digunakan sebagai sampel adalah sebagai berikut.

- 1) Perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011-2012.
- 2) Perusahaan menerbitkan laporan keuangan dan *Annual Report* secara lengkap (termasuk catatan atas laporan keuangan) tahun 2011-2012.
- 3) Termasuk kategori *high profile* dan *low profile* dalam Bursa Efek Indonesia.
- 4) Mengungkapkan kinerja sosial dan lingkungan.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang akan diperoleh dari laporan keuangan perusahaan di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2012. Data akan diperoleh dari *annual report* yang telah dipublikasikan di website Bursa Efek Indonesia (BEI) www.idx.co.id, Pojok BEI Universitas Diponegoro Studi pustaka atau literatur melalui buku teks, jurnal ilmiah, artikel dan majalah, serta

sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan, juga dijadikan sumber pengumpulan data.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengambilan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode merupakan metode pengumpulan data dengan cara mempelajari catatan-catatan atau dokumen. Dalam hal ini, catatan atau dokumen perusahaan yang dimaksud adalah *annual report* perusahaan.

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dalam penelitian ini ada dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan kinerja sosial perusahaan berdasar ISO 26000. Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, umur perusahaan, tipe perusahaan dan kepemilikan manajer.

3.4.1 Pengungkapan Kinerja Sosial berdasar ISO 26000 (Y)

Akuntansi pertanggungjawaban sosial (*social Responsibility Accounting*) didefinisikan sebagai proses seleksi variabel-variabel kinerja sosial tingkat perusahaan, ukuran dan prosedur pengukuran, yang secara sistematis mengembangkan informasi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kinerja sosial perusahaan dan mengkomunikasikan informasi tersebut kepada kelompok sosial yang tertarik, baik dalam maupun di luar perusahaan. Akuntansi

pertanggungjawaban sosial dapat memberikan informasi mengenai sejauh mana organisasi atau perusahaan memberikan kontribusi positif maupun negatif terhadap kualitas manusia dan lingkungannya (Belkaoui, 2000 dalam Komar, 2004 dalam Anggraini 2006).

Fokus penelitian ini berdasar pada standar ISO 26000 yang mulai berlaku 1 November 2010. Kinerja sosial perusahaan dalam ISO 26000 dibagi menjadi tujuh kategori, yang terbagi menjadi 37 item pengungkapan. Item pengungkapan ISO 26000 yang digunakan menjadi pengungkapan kinerja sosial dalam penelitian ini. Kategori serta item tersebut di ambil dari website www.csrindonesia.com yang terdiri atas.

Tabel 3.1

Tabel Pengungkapan Kinerja Sosial Perusahaan

No	Kategori	Item Pengungkapan
1	Tata Kelola Organisasi	
2	Hak-hak Asasi Manusia	A. Penelitian Mendalam (<i>due Diligence</i>)
		B. Kondisi yang menimbulkan resiko HAM
		C. Penghindaran pelanggan
		D. Penyelesaian keluhan
		E. Diskriminasi dan kelompok-kelompok rentan
		F. Hak-hak sipil dan politik
		G. Hak-hak ekonomi, sosial dan politik
		H. Hak-hak fundamental ketenagakerjaan
3	Praktik Ketenagakerjaan	A. Kerja dan hubungan ketenagakerjaan
		B. Kondisi kerja dan jaminan sosial
		C. Dialog ketenagakerjaan
		D. Kesehatan dan keselamatan kerja
		E. Pengembangan sumber daya manusia dan pelatihan

No	Kategori	Item Pengungkapan
4	Lingkungan	A. Pencegahan polusi
		B. Penggunaan sumber daya yang berkelanjutan
		C. Mitigasi dan adaptasi terhadap perubahan iklim
		D. Proteksi lingkungan dan keragaman hayati dan restorasi habitat
5	Praktik Operasi yang Adil	A. Anti korupsi
		B. Keterlibatan yang bertanggung jawab dalam urusan politik
		C. Kompetisi yang adil
		D. Promosi tanggung jawab sosial dalam <i>sphere of influence</i>
		E. Penghormatan hak cipta
6	Isu-isu Konsumen	A. Pemasaran yang adil, dengan informasi yang faktual dan tidak bias, serta praktik kontraktual yang adil
		B. pemeliharaan kesehatan dan keselamatan konsumen
		C. Konsumsi yang berkelanjutan
		D. Pelayanan dan dukungan terhadap konsumen, serta penyelesaian keberatan
		E. Proteksi dan privasi data konsumen
		F. Akses terhadap pelayanan esensial
		G. Pendidikan dan penyadaran
7	Pemeliharaan dan Pengembangan Masyarakat	A. Pemeliharaan masyarakat
		B. Pemeliharaan dan kebudayaan
		C. Penciptaan lapangan kerja dan peningkatan ketrampilan
		D. Pengembangan dan akses atas teknologi
		E. Kesejahteraan dan peningkatan pendapatan
		F. Kesehatan
		G. Investasi sosial

Sumber : www.csrindonesia.com

Dengan melihat tabel 3.1 di atas dapat dilihat bahwa terdapat ada 37 item pengungkapan dalam 7 kategori. Maka kinerja sosial dapat diukur menggunakan rumus pada tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2
Tabel rumus pengungkapan kinerja sosial

$$\frac{\Sigma X_n}{37} \times 100\%$$

Sumber : www.csrindonesia.com

Keterangan:

- ΣX_n adalah jumlah pengungkapan perusahaan sampel
- 37 adalah jumlah item pengungkapan

3.4.2 Profitabilitas (X_1)

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Terdapat beberapa ukuran menentukan profitabilitas perusahaan, yaitu : *return of equity*, *return of assets*, *earning per share* dan *net profit margin*. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan adalah *Return on Asset* (ROA) sebagaimana telah dilakukan oleh Amran dan Devi (2008) dalam Latifah, *et al* (2011), yaitu membandingkan antara laba bersih setelah pajak

dengan total aset. ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aktiva tertentu atau dapat dikatakan pula bahwa ROA merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap rupiah yang digunakan. Menurut Darsono dan Ashari (2005) dalam Purwanto (2011), dengan mengetahui ROA perusahaan, dapat menilai apakah perusahaan tersebut efisien dalam memanfaatkan aktiva pada kegiatan operasional perusahaan.

3.4.3 Umur Perusahaan (X₂)

Umur perusahaan mencerminkan pengalaman dari perusahaan yang bersangkutan. Perusahaan yang sudah berpengalaman akan melakukan perubahan-perubahan dalam menghasilkan informasi yang berkualitas. Pengukuran umur perusahaan dihitung sejak berdirinya perusahaan sampai dengan data observasi (annual report) dibuat.

3.4.4 Tipe Perusahaan (X₃)

Tipe perusahaan diukur dengan menggunakan *checklist*, yaitu pemberian skor 2 untuk perusahaan yang termasuk dalam perusahaan *high-profile*, dan skor 1 untuk perusahaan yang termasuk dalam perusahaan *low-profile*. Kriteria untuk menentukan perusahaan termasuk *high-profile* dan *low-profile* digunakan pengelompokan. Menurut Muhammad Rizal Hasibuan (2001) dalam Utomo (2000) memasukan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman,

media dan komunikasi, energi (listrik), *engineering*, kesehatan, transportasi dan pariwisata sebagai perusahaan yang *high profile* sedangkan bangunan, keuangan dan perbankan, *supplier* peralatan medis, properti, *retailer*, tekstil dan produk tekstil, produk personal, produk rumah tangga sebagai perusahaan yang *low profile*.

3.4.5 Kepemilikan Manajemen (X4)

Kepemilikan manajemen dapat diartikan persentase kepemilikan saham oleh direksi, manajemen komisaris maupun setiap pihak yang terlibat secara langsung dalam pembuatan keputusan perusahaan. Dalam penelitian ini kepemilikan manajemen diukur dengan natural logaritma, seperti tabel 3.3 di bawah ini.

Tabel 3.3

Rumus perhitungan kepemilikan manajemen

$\text{Natural Logaritma} = \frac{\% \text{ Saham yang dimiliki oleh manajer, dewan direksi dan komisaris}}{\text{Total jumlah saham yang beredar}}$
--

Sumber : Nurlala dan Islahudin (2008)

3.5 Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan beberapa tahapan analisis data. Berikut akan dijabarkan tahapan-tahapan tersebut.

3.5.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil data sampel yang meliputi nilai mean, median, maksimum, minimum dan deviasi standar. Data yang diteliti dikelompokkan menjadi lima yaitu pengungkapan kinerja, profitabilitas, umur perusahaan, tipe perusahaan dan kepemilikan manajemen.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini digunakan uji asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik yang bertujuan untuk menentukan ketepatan model. Uji asumsi klasik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2012). Untuk menghindari terjadinya bias, data yang digunakan harus terdistribusi dengan normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Ada dua cara untuk mengetahui normalitas distribusi residual data dengan analisis statistik. Yang pertama adalah dengan menggunakan uji statistik dengan melihat nilai kurtosis dan skewness dari residual dengan menggunakan rumus. Yang kedua adalah menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*. Jika nilai probabilitas *Kolmogorov-Smirnov* < nilai signifikansi, maka distribusi data dikatakan tidak normal dan jika nilai probabilitas *Kolmogorov-Smirnov* > nilai signifikansi, maka data distribusi data dikatakan normal.

3.5.2.2 Uji Multikolonieritas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2012).

Ghozali (2012) menyatakan bahwa untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- a. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikansi mempengaruhi variabel dependen.
- b. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolonieritas. Multikolonieritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
- c. Multikolonieritas dapat dilihat juga dari nilai tolerance dan lawannya, variance inflation factor (VIF). Kedua ukuran menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang sama rendah dengan nilai VIF tinggi. Nilai cut off yang umum dipakai untuk

menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance di bawah 0.10 atau sama dengan nilai VIF di atas 10.

3.5.2.3 Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas (Ghozali, 2012).

Ghozali (2012) menyatakan bahwa ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

- a. Dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ Sesungguhnya}$) yang telah di-studentized.
- b. Dengan menggunakan uji Glejser, yaitu mengusulkan untuk meregres nilai absolute residual terhadap variabel independen.

3.5.2.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan

pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi maka dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali, 2012).

Pada pengujian ini, cara yang digunakan yaitu Uji Durbin – Watson (DW Test). Uji Durbin Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (first order autocorrelation) dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lag di antara variabel independen. Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut :

Tabel 3.4
Tabel Pengambilan keputusan Autokorelasi

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No desicison	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	No desicison	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

Sumber : Ghozali, 2012

3.5.3 Uji Regresi Berganda

Metode regresi berganda (*multiple regression*), akan dilakukan dengan model yang diajukan peneliti menggunakan Software SPSS untuk memprediksi hubungan antara 2 variabel independen atau lebih, dengan 1 variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel independen yaitu profitabilitas, jenis perusahaan, umur perusahaan, dan kepemilikan manajemen, sedangkan kinerja

sosial berdasar ISO 26000 sebagai variable dependen. Dapat diukur dengan rumus:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y' = Indeks Pengungkapan nilai kkerja sosial berdasar ISO 26000

a = Konstanta; besarnya sama dengan Y' jika $X_1, X_2, X_3, X_4 = 0$

b_1, \dots, b_4 = Koefisien regresi

X_1 = Rasio Profitabilitas

X_2 = Jenis Perusahaan

X_3 = Umur Perusahaan

X_4 = Kepemilikan Manajemen

e = Error

3.5.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang semakin kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2012).

3.5.5 Uji Statistik Simultan (F test)

Uji statistik simultan atau yang sering disebut analisis varian (ANOVA) merupakan uji koefisien regresi secara bersama-sama (uji F) untuk menguji signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam hal ini peran ANOVA adalah untuk menguji signifikansi pengaruh tingkat profitabilitas, tipe perusahaan, umur perusahaan, dan kepemilikan manajemen secara bersama-sama terhadap kinerja sosial berdasar ISO 26000. Pengujian akan menggunakan signifikansi 0,05 atau 5%.

3.5.6 Uji Regresi Parsial (T test)

Uji koefisien regresi secara parsial atau yang sering disebut Uji t, digunakan untuk mengetahui apakah tingkat profitabilitas, tipe perusahaan, umur perusahaan, dan kepemilikan manajemen berpengaruh signifikan atau tidak secara parsial terhadap kinerja sosial berdasar ISO 26000. Hal ini dapat diukur menggunakan tingkat signifikansinya.

3.5.7 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini digunakan untuk membuktikan signifikansi perumusan H_1 , H_2 , H_3 , dan H_4 . Pengujian ini dilakukan dengan mengacu pada tabel perhitungan uji statistik T. Hal ini dapat diukur dengan nilai signifikansi, dimana nilai signifikansi dalam penelitian ini adalah 0.05 atau 5%