

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH
TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG
JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BEI**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

CHRISTA EVANDINI

NIM. 12030110141188

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2014

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Christa Evandini
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110141188
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi
Judul Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH
TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG
JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BEI

Dosen Pembimbing : Dr. Darsono, SE., MBA., Akt.

Semarang, 18 Mei 2014

Dosen Pembimbing

(Dr. Darsono, SE., MBA., Akt.)
NIP. 19620813 199001 1001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Christa Evandini
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110141188
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi
Judul Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH
TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG
JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BEI

Dosen Pembimbing : Dr. Darsono, SE., MBA., Akt.

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 28 Mei 2014

Tim Penguji

1. Dr. Darsono, S.E., MBA., Akt. (.....)

2. Prof. Mohamad Nasir, Msi., Akt., Ph.D (.....)

3. Drs. Tarmizi Achmad, MBA. Ph.D, Akt (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Christa Evandini menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI” 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 yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

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

Semarang, 18 Mei 2014

Yang membuat pernyataan,

(Christa Evandini)
NIM : 12030110141188

MOTTO

*”Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan bahkan akan menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kananKu yang membawa kemenangan”
(Yesaya 41:10)*

*“Karena dengan Engkau aku berani menghadapi gerombolan, dan dengan Allahku aku berani melompati tembok.”
(Mazmur 18:30)*

*“Change does not roll in on the wheels of inevitability, but comes through continuous struggle.”
(Martin Luther, Jr)*

*“I know God won't give me anything I can't handle. I just wish He didn't trust me so much.”
(Mother Teresa)*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). CSR merupakan praktik pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi harapan publik, sehingga menciptakan legitimasi publik atas keberadaan perusahaan. Faktor-faktor yang diuji adalah profitabilitas, ukuran dewan komisaris, kepemilikan saham publik, ukuran perusahaan, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan sebagai variabel independen sedangkan luas pengungkapan CSR sebagai variabel dependen.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan pemilihan sampel menggunakan metode purposive sampling. Metode yang digunakan untuk mengukur luas pengungkapan CSR adalah dengan *content analysis*. Metode pengukuran *content analysis* dilakukan dengan memberikan *checklist* pada item CSR dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Sampel penelitian ini terdiri dari 223 perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2009-2012. Model analisis untuk penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa hanya variabel ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, *leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan variabel profitabilitas, kepemilikan saham publik, pertumbuhan perusahaan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan yang terdaftar di BEI.

Kata Kunci: pertumbuhan pengungkapan CSR profitabilitas, ukuran dewan komisaris, kepemilikan saham publik, ukuran perusahaan, *leverage*, pertumbuhan perusahaan

ABSTRACT

This study aims to analyzed the factors that influence CSR disclosure in annual reports companies listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) . CSR is the practices of the company to meet the expectations of the public , thus creating public legitimacy for the existence of the company . The examined factors are profitability , board size , public ownership , firm size , leverage , and growth of the company as an independent variable while CSR disclosure as the dependent variable .

The data used in this study are secondary data and selection of samples using purposive sampling method . The method used to measure CSR disclosure is the content analysis . The measurement method of content analysis is done by providing a checklist on the items of the financial statements of CSR in the company's annual report. Sample consisted of 223 companies that listed in Indonesia Stock Exchange (BEI) in the period 2009-2012 . Model analysis for this study using multiple linear regression analysis .

Based on the analysis results of the study showed that the only variable board size , firm size, leverage significantly affect the disclosure of CSR , while the variable profitability , public ownership , the growth of the company does not have a significant influence on the disclosure of CSR companies listed on the Stock Exchange .

Keywords : CSR disclosure, profitability, board size , public ownership , firm size , leverage , growth companies

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberkati dan menolong penulis dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Strata 1 (S1) di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang

Penulis menyadari tanpa motivasi, dorongan, dukungan secara moral, doa, nasehat, bimbingan, dan arahan, dari berbagai pihak skripsi ini akan sulit diselesaikan. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberkati dan menolong penulis dengan caraNya yang tidak terduga. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Orang tua, Bapak Pranowo dan Ibu Pudjiati, yang senantiasa mendoakan dan mendidik, terlebih lagi memberikan motivasi dan semangat yang tidak pernah putus kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
4. Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, M.Si., Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
5. Bapak H. Dr. Raharja, M.Si., Akt. selaku dosen wali yang telah memberikan saran dan bantuan kepada penulis selama perkuliahan.

6. Bapak Dr. Darsono, S.E., MBA., Akt. selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, nasehat, arahan dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah meberikan bekal ilmu selama masa perkuliahan yang dipergunakan untuk merangkul masa depan yang cemerlang.
8. Segenap staf dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas arahan, bantuan, dan saran selama ini.
9. Kakak penulis Dian Prima Siwi dan Endah Ari Murti yang selalu memberikan dukungan dan doanya.
10. Keluarga besar di Semarang, Jakarta, Salatiga, Magelang, Surakarta yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan dorongan untuk menyelesaikan skripsi.
11. Keponakan, Savanna Georgina yang pada waktu luang selalu memberikan keceriaan dan teman berbagi kegemaran.
12. Teman “geng” : Bunga Widia, Alvyra Nesia, Janet Alvionita, Mayang Patricia, Dewi Rosarina yang selalu berbagi keceriaan, kesedihan bersama. Serta senantiasa memberikan dukungan semangat dan motivasi bagi penulis selama masa perkuliahan berlangsung.
13. Teman-teman Areg II Kelas C 2010: Dias, Mala, Riana, Icha, Claudia, Margi, Yama dan teman-teman lain yang memberikan keakraban dan suasana yang hangat sebagai keluarga bukan hanya sekedar teman sekelas.
14. Teman-teman Akuntansi 2010 lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang senantiasa siap untuk berbagi ilmu yang bermanfaat bagi masa depan kelak.

15. Geng Rembol: Laurensia Maya, Bernadeta Rosariana, Bernadetta Verisa, Skolastika, Maria Sitta, Veronica Trisna yang selalu siap memberikan motivasi dan selalu siap menjadi tempat curahan hati.
16. Teman SMA yang lain: Yoga Holic, Ephie Odong, Evy Yeye, Silvi Atun yang siap memberikan tawa dan kenangan yang indah bagi penulis.
17. Teman-teman KKN Tim I Desa Korowelangkulon, Cepiring, Kendal: Yolanda, Jati, Adhi, Ardi, Mama Kiky, Tante Yani, Fany, Irva, dan Mbak Ika atas banyak pelajaran berharga tentang kehidupan yang tidak bisa didapatkan di pendidikan formal manapun.
18. Para idola penulis yang menjadi sumber inspirasi dan *moodbooster* untuk menyelesaikan skripsi ini.
19. Pihak yang telah membantu dalam kelancaran dan penyempurnaan penulisan skripsi dan yang senantiasa memberikan dukungan baik secara moral maupun moril.

Banyak kekurangan dan bahkan kesalahan dalam penulisan skripsi ini, maka dari itu dengan segenap kerendahan hati penulis mengharapkan adanya kritik dan saran membangun guna menjadikan skripsi ini lebih sempurna

Akhir kata penulis berharap agar skripsi dapat memberikan manfaat berupa pengetahuan bagi pihak yang membutuhkan referensi ilmu terkait.

Semarang, 18 Mei 2014

Penulis,

Christa Evandini
12030110141188

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI | iv |
| MOTTO | v |
| ABSTRACT..... | vi |
| ABSTRAK | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar belakang masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian | 10 |
| 1.4 Sistematika Penulisan | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 12 |
| 2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu | 12 |
| 2.1.1 Teori Agensi..... | 12 |
| 2.1.2 Teori Stakeholder | 13 |
| 2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> | 14 |
| 2.1.4 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> | 15 |
| 2.1.5 Profitabilitas | 16 |
| 2.1.6 Ukuran Dewan Komisaris | 17 |
| 2.1.7. Political Visibility | 18 |
| 2.1.8 Ketergantungan Pada Hutang (Leverage) | 19 |
| 2.1.9 Pertumbuhan Perusahaan (<i>Growth</i>) | 20 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 20 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 23 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian..... | 25 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 29 |
| 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional..... | 29 |
| 3.1.1 Variabel Dependen..... | 29 |
| 3.1.2 Variabel Independen | 30 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 33 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data..... | 33 |

| | | |
|-------------------|-----------------------------------|----|
| 3.4 | Metode Pengumpulan Data | 34 |
| 3.5 | Metode Analisis | 34 |
| BAB IV | HASIL DAN PEMBAHASAN | 40 |
| 4.1 | Deskripsi Sampel Penelitian | 41 |
| 4.2 | Analisis Data | 43 |
| | 4.2.1. Uji Asumsi Klasik..... | 43 |
| | 4.2.2 Pengujian Hipotesis..... | 48 |
| 4.3 | Interpretasi Hasil | 53 |
| BAB V | PENUTUP | 58 |
| 5.1 | Kesimpulan | 58 |
| 5.2 | Keterbatasan Penelitian..... | 58 |
| 5.3 | Saran..... | 59 |
| DAFTAR PUSTAKA | | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 2.1. | Penelitian Terdahulu | 22 |
| Tabel 4.1. | Sampel Penelitian..... | 40 |
| Tabel 4.2. | Deskripsi Variabel Penelitian..... | 41 |
| Tabel 4.3 | Hasil Uji Normalitas | 45 |
| Tabel 4.4 | Uji Multikolinearitas | 46 |
| Tabel 4.5 | Hasil Uji Heteroskedastisitas | 47 |
| Tabel 4.6 | Uji Autokorelasi Uji Glejser Heterokedastisitas | 48 |
| Tabel 4.7 | Hasil Uji Regresi | 49 |
| Tabel 4.8 | Uji Statistik F | 52 |
| Tabel 4.9 | Koefisien Determinasi | 52 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-------------|---|----|
| Gambar 2.1. | Kerangka Pemikiran..... | 24 |
| Gambar 4.1. | Uji Normalitas..... | 44 |
| Gambar 4.2. | Scatterplot Uji Heterokedastisitas..... | 47 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|------------|----------------------------------|----|
| Lampiran A | Indeks Pengungkapan GRI..... | 63 |
| Lampiran B | Data Nama Perusahaan | 69 |
| Lampiran C | Data Hasil Pengolahan SPSS | 77 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemerintah Indonesia secara eksplisit mengatur tentang tanggung jawab sosial perusahaan dalam UU No.40 Tahun 2007 pasal 74 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang mewajibkan perseroan menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility*. Searah dengan perkembangan jaman, perusahaan tidak hanya dituntut dari segi pertanggungjawaban secara keuangan saja, namun secara nyata harus melakukan suatu tanggung jawab terhadap keadaan sosial di lingkungan perusahaan tersebut. *Corporate Social Responsibility*(CSR) merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Suhandari,2007). Perusahaan dapat menggunakan sumber daya untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat sekitar. Hal tersebut merupakan momentum yang relevan bagi realisasi program CSR sebagai wujud keterlibatan sektor privat dalam memberdayakan masyarakat untuk meningkatkan perekonomian Indonesia.

Investor cenderung tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Informasi tersebut berupa keamanan dan kualitas produk serta aktivitas lingkungan. Selain itu investor menginginkan informasi mengenai

etika, hubungan dengan karyawan dan masyarakat. Dasar dari munculnya suatu gagasan mengenai tanggung jawab sosial pada dasarnya adalah bagaimana sebuah perusahaan yang beroperasi di lingkungan tertentu memberikan kontribusi berupa kepedulian terhadap lingkungannya sebagai kompensasi terhadap dampak akibat kegiatan operasional perusahaan yang berlangsung di lingkungan tersebut. Melihat bahwa CSR adalah salah satu faktor penting untuk meningkatkan nilai perusahaan, maka perusahaan perlu mempertimbangkan CSR sebagai salah satu aspek daya tarik bagi investor selain kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan juga akan memilih pemangku kepentingan yang dianggap penting dan mengambil tindakan yang menghasilkan hubungan harmonis antara perusahaan dengan pemangku kepentingannya (Ghozali dan Chariri, 2007). CSR merupakan sebuah gagasan dimana perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berdasar pada nilai perusahaan saja yang dinilai dari sisi finansial saja. Seharusnya, perusahaan harus berpegang pada *triple bottom lines* (Nurlela dan Islahuddin, 2008). Dua bottom lines lain selain kondisi finansial adalah kondisi sosial dan lingkungan. Kondisi finansial dianggap tidak cukup merefleksikan kondisi perusahaan dan menjamin nilai perusahaan yang tumbuh secara berkelanjutan. Nilai perusahaan akan tumbuh dan operasional perusahaan akan *congruen* apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan. CSR perusahaan dapat membantu meningkatkan citra perusahaan maupun pemegang sahamnya.

Deegan (2002) menyatakan beberapa alasan perusahaan harus melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan, antara lain:

1. Keinginan untuk memenuhi persyaratan yang ada dalam undang-undang.
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi (*economic rationality*). Atas dasar alasan ini, praktik pengungkapan pertanggungjawaban sosial memberikan keuntungan bisnis karena perusahaan melakukan “hal yang benar” dan alasan ini mungkin dipandang sebagai motivasi utama.
3. Keyakinan dalam proses akuntabilitas atau pertanggungjawaban untuk melaporkan. Artinya, manajer berkeyakinan bahwa orangmemiliki hak yang tidak dapat dihindari untuk memperoleh informasi yang memuaskan dan manajer tidak peduli dengan cost yang diperlukan untuk menyajikan informasi tersebut.
4. Keinginan untuk mematuhi persyaratan pinjaman. Lembaga pemberi pinjaman, sebagai bagian dari kebijakan manajemen risiko mereka, cenderung menghendaki peminjam untuk secara periodik memberikan berbagai item informasi tentang kinerja dan kebijakan sosial dan lingkungannya.
5. Untuk memenuhi atau menyesuaikan dengan ekspektasi masyarakat.
6. Sebagai konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
7. Untuk manage kelompok stakeholder tertentu yang powerful.
8. Untuk menarik dana investasi.
9. Untuk mematuhi persyaratan industri (*code of conduct*) tertentu. Sehingga terdapat tekanan tertentu untuk mematuhi aturan tersebut yang selanjutnya dapat mempengaruhi persyaratan pelaporan.
- 10 Untuk memenangkan penghargaan pelaporan tertentu. Hal ini memiliki implikasi positif terhadap reputasi perusahaan pada stakeholder.

Tindakan CSR dapat digunakan oleh manajer untuk menghadapi konflik kepentingan (*Agency Theory*) untuk memaksimalkan tujuan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain yang memiliki kepentingan berbeda. Tidak ada kriteria yang jelas tentang kinerja manajemen sistem sehingga manajer sulit dievaluasi, hal ini memungkinkan manajer untuk menggunakan sumber daya perusahaan untuk kepentingan pribadi, dengan tidak mematuhi pengklaim keuangan dan kebutuhan masyarakat pada umumnya.

Penerapan praktik CSR dan pengungkapannya di Indonesia dijelaskan dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (revisi 2009) paragraf 12 menyatakan sebagai berikut:

Entitas dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peran penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.

Dari pernyataan di atas, secara implisit dijelaskan bahwa pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan di Indonesia melalui laporan tahunan perusahaan masih bersifat sukarela (*voluntary*)

Perusahaan memang dituntut untuk melakukan kegiatan yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial, namun pengungkapan CSR sendiri bukan merupakan suatu keharusan bagi perusahaan khususnya perusahaan manufaktur.

Beberapa penelitian terkait mengenai CSR telah dilakukan oleh peneliti baik di mancanegara maupun di Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Krapik (1989); Heckston dan Milne (1996); Sembiring (2005) dan Anggraeni (2006) meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi

pengungkapan CSR. Faktor yang akan diuji dalam penelitian ini adalah profitabilitas perusahaan, jumlah dewan komisaris dalam suatu perusahaan, *political visibility*, *leverages* serta pertumbuhan perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Definisi lain dari profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (*profit*) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu (Husnan, 2001). Dengan tingginya profitabilitas yang didapatkan, tentu akan membuka peluang lebih besar kepada perusahaan untuk memberikan kontribusi terhadap lingkungan sosial mereka. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosial. Hubungan antara profitabilitas dengan CSR tidak selalu positif. Dalam beberapa penelitian yang dilakukan terdahulu oleh Belkaoui dan Krapik (1989) dan Hackston dan Milne (1996) menemukan pengaruh tidak signifikan antara profitabilitas yang diperoleh perusahaan dengan program CSR yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Faktor lain yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR adalah *Corporate Governance* (tata kelola perusahaan) yang diwakili oleh ukuran dewan komisaris di sebuah perusahaan. *Corporate Governance* dibentuk untuk menyelesaikan konflik keagenan yang terjadi antara manajemen dengan pemilik perusahaan, diharapkan *Corporate Governance* dapat menjadi penengah yang independen untuk menyelesaikan benturan kepentingan antara dua pihak. Dewan komisaris dapat memberikan tekanan kepada pihak manajemen untuk memberikan informasi seluas-luasnya kepada stakeholders. Semakin banyak

anggota dewan komisaris, maka akan semakin luas pula pengungkapan CSR nya. Sembiring (2005) yang menunjukkan hasil bahwa proporsi dewan komisaris independen mempengaruhi tingkat pengungkapan informasi sosial perusahaan secara sukarela.

Faktor lain yang ingin diteliti adalah pengaruh *political visibility* yang diwakili oleh ukuran perusahaan dan kepemilikan saham oleh publik terhadap luas pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan yang besar akan melakukan pengungkapan sosial secara lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil. Sigh dan Ahuja (1983) tidak berhasil menunjukkan hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan luas pengungkapan informasi sosial. Namun Belkaoui dan Karpik (1989) berhasil menemukan pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan dengan tanggungjawab sosial perusahaan. Dengan dikaitkan pernyataan bahwa tekanan dari pemegang saham, perusahaan akan lebih termotivasi untuk memperhatikan tanggung jawab mereka terhadap masyarakat maka penelitian yang dilakukan oleh Hasibuan (2001) menjelaskan bahwa, semakin tinggi rasio/tingkat kepemilikan publik dalam perusahaan diprediksi akan melakukan tingkat pengungkapan yang lebih luas. Hal ini kontradiksi dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2003) yang menemukan bahwa presentasi kepemilikan saham oleh publik berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Sesuai dengan teori agensi, manajemen perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hasil penelitian yang

dilakukan oleh Aulia (2011) dan Lidya (2011) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Eddy (2005) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan.

Variabel Pertumbuhan perusahaan (*growth*) masih jarang digunakan untuk menemukan pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang berhasil meningkatkan penjualan secara konsisten, akan membuat keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial mereka secara lebih luas. Hal ini ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Ulfa (2009) untuk menemukan pengaruh tingkat pertumbuhan perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, namun peneliti tidak berhasil menemukan pengaruh di antar kedua variabel. Anggita (2012) juga belum berhasil menemukan hubungan variabel pertumbuhan perusahaan dengan pengungkapan CSR.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, pengungkapan CSR merupakan salah satu faktor penting untuk menjaga citra perusahaan di hadapan *stakeholders*. Pemerintah juga telah mengatur secara eksplisit mengenai pengungkapan laporan tanggung jawab sosial perusahaan dengan mengeluarkan UU No.40 Tahun 2007 pasal 74. Hal ini diperkuat dengan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (revisi 2009) paragraf 12 yang menyatakan bahwa pengungkapan informasi sosial dapat dilakukan secara *voluntary*. PSAK sendiri belum mewajibkan perusahaan melakukan pengungkapan informasi sosial, namun bagi

negara yang telah menggunakan IFRS pengungkapan sosial merupakan pengungkapan wajib.

Pengungkapan CSR berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholders* di bidang sosial selama satu periode. Pengungkapan dan praktik CSR dapat meningkatkan eksistensi perusahaan dalam jangka waktu panjang. *Political Visibility* merupakan indikator pengukuran eksistensi perusahaan. Banyak faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan CSR seperti profitabilitas sebagai ukuran kinerja perusahaan. Ukuran dewan komisaris, dan ketergantungan perusahaan terhadap hutang (*Leverage*). Hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam. Ketidakkonsistenan penelitian satu dengan yang lainnya menyebabkan terjadinya *research gap*. Fokus masalah dalam penelitian ini adalah ketidakkonsistenan penelitian sebelumnya yang menghasilkan hasil beragam.

Masalah lain yang belum jelas adalah variabel pertumbuhan perusahaan yang diukur menggunakan indikator peningkatan penjualan. Variabel ini masih sangat jarang digunakan di Indonesia. Penelitian yang dilakukan sebelumnya menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan antara variabel pertumbuhan perusahaan dengan pengungkapan CSR. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh faktor apa saja yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Adapun permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

“Apakah profitabilitas, ukuran dewan komisaris, *political visibility*, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai:

1. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Semakin besar kemampuan perusahaan memperoleh laba, maka diharapkan akan semakin luas pula pengungkapan CSR yang dilakukan.
2. Pengaruh jumlah anggota dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR. Semakin banyak jumlah komisaris independen dalam perusahaan, maka akan semakin besar pula kekuatan stakeholders untuk menekan manajemen mengungkapkan CSR secara lebih luas.
3. Pengaruh *political visibility* terhadap pengungkapan CSR. *Political Visibility* diukur menggunakan indikator ukuran perusahaan dan kepemilikan saham oleh publik. Semakin besar *political visibility*, semakin besar pula intensitas perhatian *stakeholders* terhadap perusahaan tersebut. Diharapkan perusahaan yang mempunyai *political visibility* yang besar akan lebih besar pula melakukan pengungkapan CSR.
4. Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR. Besarnya ketergantungan perusahaan terhadap hutang berpengaruh dengan semakin sedikitnya pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi.

5. Pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap CSR. Semakin besar tingkat penjualan perusahaan dari tahun ke tahun diharapkan dapat menjadikan motivasi bagi perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR secara lebih luas.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan mampu memberikan pengetahuan mengenai seberapa penting praktik tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia :

1. Praktik CSR dan luas cakupan pengungkapan CSR akan berpengaruh pada eksistensi perusahaan dalam jangka waktu panjang
2. Dapat berkontribusi dalam pengembangan teori dan pengetahuan akuntansi yang berfokus pada keuangan terutama yang berkaitan dengan pengungkapan khususnya pengungkapan sosial perusahaan.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah mengenai meningkatnya kesadaran perusahaan untuk melakukan mekanisme CSR serta membahas motivasi perusahaan. Disesuaikan dengan latar belakang tersebut dilakukan perumusan masalah penelitian. Selanjutnya dibahas mengenai tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai teori sebagai landasan yang digunakan dalam penelitian. Dalam bab ini juga dibahas penelitian terdahulu tentang

motivasi perusahaan melakukan dan mengungkapkan CSR. Landasan teori dan penelitian terdahulu selanjutnya digunakan untuk membentuk kerangka teoritis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan metode penelitian yang mencakup pemilihan sampel yang digunakan, pengumpulan data dan teknik analisis yang digunakan dalam pengujian hipotesis

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang dekripsi objek penelitian, analisis terhadap data dan temuan empiris yang diperoleh serta pembahasan output SPSS.

BAB V : PENUTUP

Bab ini memaparkan tentang kesimpulan yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian dan saran yang nantinya dapat dijadikan acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya, atau sebagai bahan implikasi serta menjadi inspirasi baik untuk entitas maupun investor untuk melakukan mekanisme CSR

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Teori Agensi

Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan hubungan keagenan di dalam teori agensi (*agency theory*) bahwa perusahaan merupakan kumpulan antara *principal* dan agent yang bertindak mengurus penggunaan dan pengendalian sumber daya tersebut. Karena hubungan antara pemegang saham dan manajer dari sebuah perusahaan sesuai dengan definisi dari hubungan kerjasama murni yang terkait dengan "pemisahan kepemilikan dan kontrol" dalam perusahaan, dimana kepemilikan terkait erat dengan masalah umum operasional perusahaan.

Pemegang saham sebagai *principal* diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedangkan para agen disumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dalam hubungan tersebut. Salah satu hipotesis dalam teori ini adalah bahwa manajemen dalam mengelola perusahaan cenderung lebih mementingkan kepentingan pribadinya daripada meningkatkan nilai perusahaan, maka yang terjadi adalah konflik kepentingan di atas hubungan kooperatif. Jensen dan Meckling (1976) memaparkan bahwa masalah secara umum mendorong agen untuk berperilaku seolah-olah sedang memaksimalkan kesejahteraan prinsipal. Hal ini telah dibuktikan di semua perusahaan pada setiap tingkatan manajemen

dalam perusahaan, 10 di perguruan tinggi, perusahaan bersama, koperasi, instansi pemerintah dan biro, serikat pekerja, dan dalam badan umum lainnya.

Untuk mengatasi dan mengurangi masalah keagenan yang terjadi maka timbul biaya keagenan (*agency cost*) yang akan ditanggung baik oleh prinsipal maupun agen. Jensen dan Meckling (1976) membagi biaya keagenan ini menjadi *monitoring cost*, *bonding cost* dan *residual loss*. *Monitoring cost* adalah biaya yang timbul dan ditanggung oleh pemilik untuk memonitor perilaku para manajer. *Bonding cost* merupakan biaya yang ditanggung oleh manajer untuk mematuhi mekanisme yang menjamin bahwa manajer akan bertindak untuk kepentingan principal. Selanjutnya *residual loss* merupakan pengorbanan berupa berkurangnya kemakmuran pemilik sebagai akibat dari perbedaan pengambilan keputusan manajer dan keputusan pemilik

2.1.2 Teori Stakeholders

Asumsi teori stakeholder dibangun atas dasar pernyataan bahwa perusahaan berkembang menjadi sangat besar sehingga masyarakat memiliki hubungan tak langsung dengan perusahaan dan memperhatikan perusahaan. Hal ini kemudian menuntut perusahaan untuk menunjukkan akuntabilitas maupun tanggung jawab secara lebih luas dan tidak terbatas hanya kepada pemegang saham. Hal ini berarti, perusahaan dan stakeholder membentuk hubungan yang saling mempengaruhi.

Stakeholders merupakan individu-individu dan kelompok-kelompok yang dipengaruhi oleh tercapainya tujuan-tujuan organisasi dan pada gilirannya dapat mempengaruhi tercapainya tujuan-tujuan tersebut (Freeman, 1984). Freeman

(1984) kemudian mengidentifikasi perubahan yang dapat terjadi pada lingkungan perusahaan kedalam dua kategori, yakni internal dan eksternal. Bagian dari lingkungan internal yakni pemilik perusahaan, konsumen, karyawan, dan pemasok. Sedangkan yang yang dimaksud lingkungan eksternal terdiri dari pemerintah, kompetitor, advokasi, konsumen, pemerhati lingkungan, *Special Interest Group* (SIG) , dan media.

2.1.3 Corporate Social Responsibility

Pada dasarnya konsep tanggung jawab sosial adalah suatu bentuk tanggungjawab yang diberikan perusahaan kepada masyarakat secara legal, perusahaan tidak hanya mengharapkan keuntungan yang berasal dari kegiatan operasional perusahaan saja, namun juga berkontribusi untuk kesejahteraan masyarakat. Menurut Darwin (2004) tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan dapat didefinisikan sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum. Pelaksanaan tanggung jawab sosial akan membuat perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan jangka panjang, namun juga turut berkontribusi bagi kesejahteraan masyarakat melalui berbagai program pemberdayaan masyarakat dan kontribusi perusahaan kepada lingkungan sekitar dalam jangka panjang.

Praktik CSR memainkan peranan penting bagi perusahaan. Sebuah perusahaan melakukan kegiatan operasional di suatu lingkungan masyarakat dan dapat dipastikan kegiatan operasional perusahaan akan membawa dampak baik

untuk aspek sosial maupun untuk kelestarian lingkungan sekitar. Terciptanya hubungan resiprokal antara entitas dengan masyarakat sekitar akan menciptakan nilai tambah (*corporate value added*) bagi perusahaan itu sendiri.

2.1.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Dalam implementasi praktik CSR di sebuah entitas, perusahaan harus membuat laporan untuk mempertanggung jawabkan kegiatan sosial yang telah dilakukan entitas tersebut. Laporan tanggung jawab sosial merupakan laporan aktivitas tanggungjawab sosial yang telah dilakukan perusahaan baik berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan. Laporan tersebut dilampirkan dalam laporan tahunan (*annual report*) yang dipertanggungjawabkan direksi sebagai agen di depan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) menyatakan bahwa pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan Sustainability Reporting, yang merupakan pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi. Pengungkapan informasi pertanggung jawaban sosial dapat diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Badan yang aktif menerbitkan pedoman bagi perusahaan terkait pengungkapan lingkungan hidup adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). Dalam Standar GRI Indikator kinerja di bagi menjadi 3 komponen utama yaitu:

1. Ekonomi

2. Lingkungan hidup
3. Sosial yang mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk, dan masyarakat.

Ada berbagai motivasi yang mendorong manajer secara sukarela mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan.

Di Indonesia pada khususnya, peraturan terkait mengenai pengungkapan informasi tanggungjawab sosial dan lingkungan telah diatur dalam peraturan pemerintah pada Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74. Sejalan dengan UU No.40 Tahun 2007, lampiran Keputusan Ketua Bapepam Nomor KEP-134/BL/2006 juga mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi terkait tata kelola perusahaan dimana di dalamnya juga menjelaskan uraian mengenai aktivitas dan biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan pada laporan tahunan perusahaan.

2.1.5 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (*profit*) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. *Profit* yang tinggi sebagai akibat dari kepuasan konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit, tentu akan menarik minat para investor untuk berinvestasi di perusahaan mereka. Heckston dan Milne (1996) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini

menjelaskan secara implisit bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan tersebut

Pengungkapan CSR merupakan cerminan suatu pendekatan manajemen dalam menghadapi lingkungan yang *dinamis* dan *multidimensional* serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, kemampuan perusahaan dalam mengatur segala macam tekanan dan kehidupan sosial yang *dinamis* menjadikan perusahaan tersebut dapat bertahan di tengah masyarakat. Hubungan antara pengungkapan informasi sosial dan profitabilitas perusahaan merefleksikan asumsi bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya managerial yang baik sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat suatu perusahaan dapat memperoleh untung/menguntungkan. Semakin besar *profit* yang berhasil diperoleh perusahaan maka akan semakin luas pula pengungkapan CSR perusahaan tersebut.

2.1.6 Ukuran Dewan Komisaris

Corporate Governance muncul untuk menyelesaikan masalah yang terjadi antara *agent* dan *principal*, masalah tersebut disebabkan oleh adanya benturan kepentingan antar keduanya. Namun pada kenyataannya pemisahan wewenang ini justru akan menimbulkan konflik keagenan. Menurut Cadbury Committee(1992) corporate governance didefinisikan sebagai: Seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawannya serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban, atau dengan kata

lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan. Tujuan corporate governance adalah menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).

Salah satu elemen dari *corporate governace* adalah susunan dewan komisaris, termasuk *size* dari dewan komisaris itu sendiri. Menurut Mulyadi (2002), dewan komisaris adalah wakil shareholder dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan. Dewan Komisaris merupakan wakil dari prinsipal di perusahaan. Dewan komisaris berwenang mengawasi dan memberikan petunjuk mengenai pengelola perusahaan. Dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan CSR. Semakin banyak dewan komisaris dalam suatu perusahaan, maka akan semakin besar *power* untuk menekan manajer mengungkapkan informasi sosial.

2.1.7 Political Visibility

Political Visibility perusahaan umumnya dikritik oleh kelompok yang berkepentingan seperti masyarakat dan para aktivis sosial. Sejumlah perusahaan dapat memilih teknik akuntansi dan kegiatan yang mengurangi pendapatan yang mereka laporkan dan mengubah atau mengurangi *political visibility* mereka (Belkaoui dan Karpik, 1989). *Political Visibility* biasanya diukur dengan ukuran perusahaan dan kepemilikan saham oleh publik. Perusahaan dengan

ukuran lebih besar dan memiliki intensitas modal yang lebih besar akan lebih disoroti oleh masyarakat.

2.1.7.1 Ukuran Perusahaan(*Company Size*)

Cowen, *et al.* (2007) menyatakan bahwa teori legitimasi memberikan penjelasan tentang hubungan ukuran dan pengungkapan. Perusahaan dengan ukuran lebih besar melakukan aktivitas operasional lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat. Perusahaan yang mempunyai ukuran lebih besar memiliki lebih banyak pemegang saham yang punya perhatian terhadap program sosial yang dilakukan perusahaan dan laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi CSR.

2.1.7.2 Kepemilikan Saham Publik

Perusahaan *go public* dan telah terdaftar dalam BEI adalah perusahaan-perusahaan yang memiliki proporsi kepemilikan saham oleh publik, yang artinya bahwa semua aktivitas dan keadaan perusahaan harus dilaporkan dan diketahui oleh publik sebagai salah satu bagian pemegang saham. Akan tetapi tingkat kepemilikan sahamnya berbeda satu sama lain. Semakin besar proporsi kepemilikan saham, semakin besar tanggungjawab perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial (CSR) kepada publik.

2.1.8 Ketergantungan Pada Hutang (Leverage)

Anggraini(2006) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio utang/ekuitas) semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan melaporkan laba sekarang lebih tinggi. Perusahaan akan mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan

informasi sosial. Dikaitkan dengan teori agensi, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi memiliki biaya keagenan tinggi sehingga perusahaan akan mengurangi biaya berkaitan dengan pengungkapan CSR. Semakin tinggi *leverage* perusahaan, akan semakin rendah pengungkapan informasi sosial perusahaan.

2.1.9 Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*)

Pertumbuhan perusahaan (*growth*) dapat menunjukkan peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Ulfa (2009) menyatakan bahwa *growth* merupakan tingkat pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya. Perusahaan yang memiliki kesempatan tumbuh yang tinggi diharapkan akan memberikan profitabilitas yang tinggi di masa depan, diharapkan laba lebih persisten, sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan, semakin luas pengungkapan informasi CSR untuk menarik minat paraq investor.

2.2 Penelitian Terdahulu

Telah banyak penelitian yang dilakukan berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan CSR dan praktik CSR baik di mancanegara maupun di Indonesia.

Heckston dan Milne (1996) melakukan penelitian terhadap perusahaan di Selandia Baru, mereka meneliti faktor-faktor yang menentukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Heckston dan Milne (1996) menemukan bahwa ukuran perusahaan dan tipe industri mempengaruhi perusahaan dalam

pengungkapan informasi sosial. Heckston dan Milne (1996) menggunakan metode *content analysis* dengan menggunakan checklist sebagai alat untuk menentukan pengungkapan sosial dan lingkungan. Namun, Heckston dan Milne tidak berhasil menemukan hubungan profitabilitas dengan pengungkapan informasi sosial perusahaan.

Sembiring (2003) mencoba menemukan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa profitabilitas, kepemilikan saham oleh publik, *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan informasi sosial perusahaan. Sedangkan *earning per share* dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan informasi sosial perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam *annual report* perusahaan. Hasil yang diperoleh bahwa hanya variabel prosentase kepemilikan manajemen yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara signifikan. Variabel independen lain seperti *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas tidak mempengaruhi secara pengungkapan tanggung jawab sosial secara signifikan.

Reverte (2009) melakukan penelitian terhadap 46 perusahaan yang terdaftar di bursa efek Spanyol pada tahun 2008. Reverte (2009) menggunakan 7 variabel yaitu, ukuran perusahaan, sensitivitas industri, profitabilitas perusahaan, struktur kepemilikan perusahaan, media exposure, international listing, *leverage*. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, sensitivitas industri, media exposure, berpengaruh positif terhadap indeks pengungkapan CSR perusahaan. Sedangkan profitabilitas perusahaan, struktur kepemilikan, international listing, leverage, tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada indeks pengungkapan CSR.

Gamerschlag, *et.al*(2011) menyajikan bukti empiris mengenai praktik pengungkapan lingkungan dan sosial pada perusahaan-perusahaan di Jerman serta menguji beberapa hubungan potensial antara karakteristik perusahaan dengan pengungkapan sosial dan lingkungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan tipe industri berhubungan dengan jumlah pengungkapan sedangkan profitabilitas tidak memberikan pengaruh signifikan.

Tabel 2.1

Tabel Ringkasan Penelitian Terdahulu

| Peneliti | Model Analisis | Hasil Penelitian | Variabel Penelitian |
|---------------------------|---------------------------|--|---|
| Heckston dan Milne (1996) | Analisis Regresi Berganda | Ukuran perusahaan dan tipe industri mempengaruhi perusahaan dalam pengungkapan informasi sosial. Namun gagal menemukan hubungan positif antara profitabilitas dengan pengungkapan sosial perusahaan. | 1. UkuranPerusahaan 2. Profitabilitas Perusahaan 3. Tipe Industri |

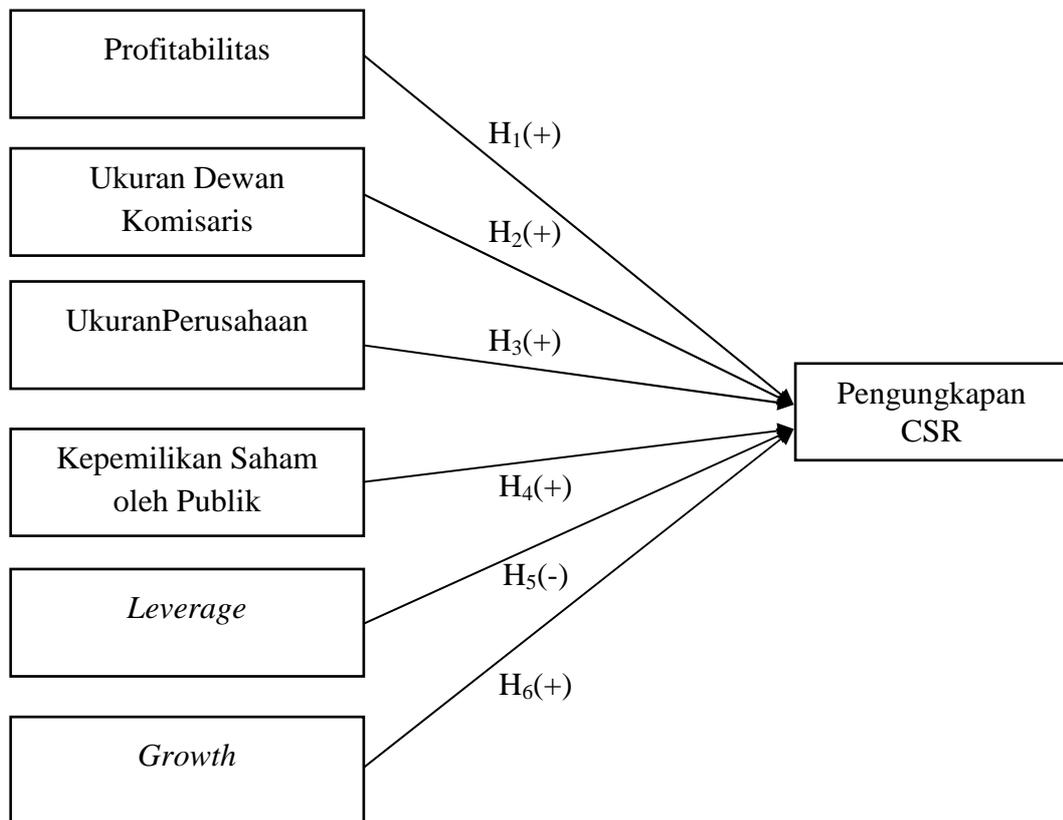
| Peneliti | Model Analisis | Hasil Penelitian | Variabel Penelitian |
|---|---------------------------|---|--|
| Sembiring (2003) | Analisis Regresi Berganda | Profitabilitas, kepemilikan saham oleh publik, <i>leverage</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan informasi sosial perusahaan. Sedangkan <i>earning per share</i> dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan informasi sosial perusahaan | 1. Profitabilitas 2. <i>leverage</i> 3. <i>earning per share</i> 4. Ukuran Perusahaan |
| Anggraini (2006) | Analisis Regresi Berganda | Variabel prosentase kepemilikan manajemen yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara signifikan. Variabel independen lain seperti <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, dan profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial secara signifikan | 1. kepemilikan manajemen 2. <i>leverage</i> 3. ukuran perusahaan 4. tipe industri 5. profitabilitas |
| Reverte (2009) | Analisis Regresi Berganda | Ukuran perusahaan, sensitivitas industri, <i>media exposure</i> , berpengaruh positif terhadap indeks pengungkapan CSR perusahaan. Dalam penelitian ini Reverte gagal menemukan hubungan positif antara profitabilitas perusahaan, struktur kepemilikan, international listing, <i>leverage</i> dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. | 1. Ukuran Perusahaan 2. <i>Media Exposure</i> 3. Sensitivitas Industri 4. Profitabilitas Perusahaan 5. Struktur Kepemilikan 6. <i>International Listing</i> 7. <i>Leverage</i> |
| Gamerschlag, Mollen, & Verbeeten (2011) | Analisis Regresi Berganda | Ukuran perusahaan dan tipe industri berhubungan dengan jumlah pengungkapan. Sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. | 1. Ukuran perusahaan 2. Tipe industri 3. Profitabilitas |

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan analisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi indeks pengungkapan CSR, seperti Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, *Political Visibility*, *Leverage*, dan pertumbuhan perusahaan, maka dibuatlah model penelitian atau kerangka pemikiran sebagai berikut:

GAMBAR 2.1

KERANGKA PEMIKIRAN



Variabel profitabilitas berhubungan terhadap positif terhadap pengungkapan CSR. Semakin besar keuntungan yang dimiliki oleh suatu perusahaan, maka akan semakin besar motivasi para manajer untuk mengungkapkan informasi sosial perusahaan. Variabel ukuran dewan komisaris

berhubungan positif dengan luas pengungkapan CSR, semakin banyak jumlah dewan komisaris dalam perusahaan diharapkan akan semakin besar tekanan yang diperoleh agen untuk mengungkapkan informasi sosial perusahaan secara luas. Variabel lain yang berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR adalah ukuran perusahaan. Semakin besar total aset yang dimiliki oleh perusahaan maka akan semakin luas pengungkapan CSR untuk meningkatkan citra perusahaan.

Variabel independen lain yang berpengaruh positif terhadap CSR adalah kepemilikan saham publik yang merupakan pertanggungjawaban semua aktivitas dan keadaan perusahaan yang harus diketahui oleh publik. Semakin besar kepemilikan saham oleh publik maka akan semakin luas pengungkapan CSR. Anggraini (2006) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage*, perusahaan akan mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial. Oleh sebab itu, *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Variabel independen pertumbuhan perusahaan berhubungan positif terhadap luas pengungkapan CSR. Semakin meningkatnya pertumbuhan perusahaan, investor akan lebih tertarik untuk berinvestasi dan akan semakin luas pengungkapan informasi sosial perusahaan tersebut.

2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Heinze (1976) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini

menjelaskan bahwa semakin tinggi profitabilitas, maka akan semakin luas pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh manajemen. Namun tiga penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Heckston dan Milne (1996), Anggraini (2006), dan yang terbaru oleh Gamerschlag, Mollen, dan Verbeeten (2011) gagal menemukan hubungan signifikan antara *Profitabilitas* dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Dari paparan diatas, maka hipotesis pertama:

H₁= Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2.4.2 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Mulyadi (2002), Dewan komisaris adalah wakil shareholder dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan. Sembiring (2005) menemukan adanya hubungan positif antara ukuran dewan komisaris terhadap luas pengungkapan informasi sosial. Berdasarkan paparan diatas, hipotesis kedua adalah:

H₂= Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

2.4.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan besar merupakan emiten yang paling banyak disoroti oleh publik sehingga pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2006). Ukuran perusahaan juga merupakan variabel yang penting dalam praktik CSR dan berperan seperti barometer yang menjelaskan mengapa perusahaan terlibat dalam praktik CSR

Dari paparan diatas, maka hipotesis ketiga adalah:

$H_3 =$ Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

2.4.4 Pengaruh Kepemilikan Saham oleh Publik terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan yang memiliki pemegang saham publik akan terdorong untuk mengungkapkan aktivitas corporate social responsibility lebih banyak. Semakin besar saham yang dimiliki oleh publik, akan semakin banyak informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan.

Dari paparan diatas, maka hipotesis keempat adalah:

$H_4 =$ Kepemilikan saham oleh publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

2.4.5 Pengaruh Ketergantungan terhadap Hutang (*Leverage*) terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Leverage merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio leverage digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat

resiko tak tertagihnya suatu utang. Semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan, maka perusahaan memiliki risiko keuanganyang tinggi. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba lebih tinggi agar dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang.

Dari paparan diatas, maka hipotesis kelima adalah:

$H_5 =$ *Leverage* negatif berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

2.4.6 Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi akan mendapat banyak sorotan sehingga diprediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan CSR.

Dari paparan diatas, maka hipotesis keenam adalah:

$H_6 =$ Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah obyek penelitian atau yang menjadi pusat perhatian. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR. Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, ukuran dewan komisaris, political visibility dan pertumbuhan perusahaan.

3.1.1 Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Heckston dan Milne, (1996) menyatakan bahwa pengungkapan CSR adalah data yang diungkapkan perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan. Jadi, pengungkapan CSR adalah bentuk pertanggung jawaban aktivitas sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan. Definisi operasional pengungkapan sosial yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah item pengungkapan yang digunakan sebagai pengukur. Item-item pengungkapan sosial ini, diungkap di dalam *annual report* perusahaan. Item pengungkapan CSR menggunakan indikator yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiatives* (GRI) yang berjumlah 79 item dimana merupakan standar yang digunakan oleh banyak perusahaan di seluruh dunia. Instrumen pengukuran CSRI yang akan digunakan mengelompokkan informasi CSR ke dalam kategori: Ekonomi, Lingkungan, Tenaga kerja, HAM, Sosial dan Produk.

Penelitian mengenai pengungkapan CSR menggunakan teknik *content analysis* yang digunakan untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Sembiring (2005), *content analysis* adalah suatu metode pengkodifikasian teks dari ciri-ciri yang sama untuk ditulis dalam berbagai kelompok (kategori) tergantung pada kriteria yang ditentukan. Apabila item informasi pengungkapan tidak ada dalam laporan keuangan tahunan maka diberi skor 0, jika item informasi yang ditentukan diungkapkan pada laporan keuangan tahunan maka diberi skor 1. Index Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial adalah penjumlahan dari seluruh item CSR berdasarkan GRI yang diungkapkan dibagi dengan total item keseluruhan (Haniffa,2007). Dengan demikian nilai indeks CSR adalah $0 \leq \text{CSRI} \leq 1$

3.1.2 Variabel Independen

3.1.2.1 Profitabilitas (X_1)

Husnan (2001) menjelaskan profitabilitas sebagai kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (*profit*) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham.

Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan rasio *Return On Asset* (ROA). Data ROA diperoleh dari laporan keuangan perusahaan periode 4 tahun. Elemen laporan keuangan yang digunakan yaitu Laporan Laba Rugi Komprehensif dan Laporan Posisi Keuangan. Laporan Laba Rugi Komprehensif untuk data laba bersih dan Posisi Keuangan untuk data total aset.

Adapun rumus perhitungan ROA adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

3.1.2.2 Ukuran Dewan Komisaris (X_2)

Ukuran dewan komisaris yang dimaksud disini adalah banyaknya jumlah anggota yang menduduki jabatan sebagai komisaris di dalam suatu perusahaan. Ukuran dewan komisaris dalam penelitian ini searah dengan pendapat Sembiring (2005) yaitu dilihat dari banyaknya jumlah anggota dewan komisaris yang dimiliki perusahaan. Adapun pengukuran jumlah dewan komisaris dalam suatu perusahaan adalah:

$$DK = \sum \text{Dewan Komisaris dalam perusahaan}$$

3.1.2.3 Ukuran Perusahaan (X_3)

Ukuran perusahaan adalah luasnya perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional. Indikator yang digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan adalah jumlah karyawan, total nilai aset, volume penjualan, atau peringkat indeks (Heckston dan Milne, 1996). Sebagai proksi dari ukuran suatu perusahaan, dalam penelitian ini data disajikan dalam bentuk logaritma yakni menggunakan *log of total assets* yaitu logaritma yang merefleksikan jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan karena nilai yang besar dibandingkan variabel yang mengukur tingkat pengungkapan CSR yang lain.

Indikator yang digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan dalam penelitian ini adalah total aset yang dimiliki perusahaan. Data mengenai total aktiva perusahaan diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yakni laporan posisi keuangan pada sisi aset. Hasil yang didapat berupa angka nominal.

Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus :

$$SIZE = \log \text{Total Aset Perusahaan}$$

3.1.2.4 Kepemilikan Saham oleh Publik

Kepemilikan saham publik dapat diartikan sebagai jumlah saham yang dimiliki oleh masyarakat luas yang tidak mempunyai keterikatan khusus dengan perusahaan. Berdasarkan pengukuran yang telah dilakukan oleh Puspitasari (2009). Rasio Kepemilikan saham publik:

$$RSPb = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham publik (lembar)}}{\text{Total lembar saham perusahaan}} \times 100\%$$

3.1.2.5 Leverage

Ketergantungan pada hutang (*Leverage*) digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai asset perusahaan. *Leverage* yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan pengukuran yang dibuat oleh Robert (1992) yaitu *debt to equity ratio* yang merupakan rasio yang mengukur total kewajiban terhadap modal sendiri (*shareholders equity*).

Leverage diukur dengan::

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

3.1.2.6 Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Ulfa (2009) menemukan pengaruh tingkat pertumbuhan perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil dari penghitungan ini berupa angka nominal untuk mengukur tingkat pertumbuhan perusahaan dari tahun sebelumnya. Rumus yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan perusahaan adalah:

$$Growth = \frac{Penjualan(t) - Penjualan(t - 1)}{Penjualan(t - 1)} \times 100\%$$

3.2 Populasi dan Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2009-2012. Perusahaan manufaktur memiliki potensi lebih kontribusi yang besar dalam memunculkan berbagai masalah lingkungan dan sosial seperti, polusi, keamanan produk, dan tenaga kerja.

Periode waktu 4 tahun diperoleh untuk memperoleh hasil yang lebih valid untuk menjelaskan faktor-faktor yang berpengaruh pada pengungkapan CSR. Penentuan sampel dipilih dengan metode *purposive sampling*, dengan harapan peneliti mendapatkan informasi dari kelompok sasaran secara spesifik. Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian sampel adalah:

1. Perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan secara lengkap termasuk memuat pengungkapan sosial (*annual report*)
2. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
3. Perusahaan yang menyajikan mata uangnya dalam rupiah.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang berasal dari laporan tahunan perusahaan di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009-2012. Periode 4 tahun dipilih karena merupakan data terbaru yang dapat diperoleh dan dikeluarkan oleh Bursa Efek Indonesia. Alasan pemilihan data dengan periode waktu 2009–2012 merupakan data laporan keuangan terbaru yang bisa diperoleh dari Pusat Referensi Bursa Efek Indonesia.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti di dalam penelitian ini adalah metode dokumenter atau studi dokumentasi, dengan mendapatkan data berupa laporan tahunan. Metode dokumenter sendiri menurut Inrianti dan Soepomo (1992) adalah data yang memuat berbagai informasi mengenai subjek, objek, kejadian masa lalu yang dikumpulkan, dicatat, dan disusun dalam susunan arsip. Data lain berkaitan dengan penelitian ini diperoleh melalui pengumpulan data sekunder. Studi pustaka diperoleh dari berbagai artikel, literatur, jurnal ilmiah, dan sumber tertulis lain yang memuat pembahasan mengenai penelitian terkait dan sebagai sumber pengumpulan data.

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif

Ghozali(2005), memaparkan definisistatistik deskriptif sebagai suatu metode dalam mengorganisir dan menganalisis data kuantitatif, sehingga diperoleh gambaran yang teratur mengenai suatu kegiatan. Ukuran yang digunakan dalam deskripsi antara lain: frekuensi, tendensi sentral (mean, median dan modus), dispersi (standar deviasi dan varian) dan koefisien korelasi antara variabel yang menjadi objek penelitian. Ukuran yang digunakan dalam statistik deskriptif tergantung pada tipe skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang baik harus memiliki distribusi data normal atau mendekati normal dan bebas dari asumsi klasik. Uji asumsi klasik terdiri dari:

1. Uji multikolinearitas
2. Uji heteroskedastisitas.
3. Uji normalitas

Setelah data berhasil dikumpulkan, sebelum dilakukan analisis terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik, dengan tahapan sebagai berikut :

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam metode regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2006). Ada dua metode yang digunakan dalam melakukan uji normalitas, dengan analisis grafik dan analisis statistik. Hal ini untuk mendeteksi data berdistribusi dengan normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal.

3.5.2.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas merupakan uji yang bertujuan untuk melihat apakah variabel variabel independen dalam persamaan regresi linear berganda mempunyai korelasi yang erat satu sama lainnya. Uji multikolinearitas adalah uji yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Ghozali (2007) mengatakan bahwa model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas yaitu dengan mendasarkan pada nilai tolerance dan VIF (*variance inflation factor*).

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas dapat dilihat dengan melakukan pengujian terhadap semua data yang digunakan dengan uji grafik scatterplot. Pengujian pada penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat jarak kuadrat titik-titik sebaran terhadap garis regresi. Untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas dalam persamaan regresi digunakan metode grafik dengan menggunakan plot pada regresi. Metode grafik dengan menggunakan Z_{pred} dan S_{resid} untuk melihat apakah titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, jika terjadi hal tersebut maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar sembarangan diatas dan dibawah angka nol maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut dengan homokedastisitas.

Dari hasil uji maka dapat disimpulkan data yang digunakan terhindar dari gangguan heteroskedastisitas. Hal ini searah dengan pendapat Ghozali (2005), uji heteroskedastisitas mempunyai tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Jika variance dari residual antar pengamat tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Selanjutnya, menurut Ghozali (2005) Model regresi yang baik adalah model regresi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran.

3.5.3 Analisis Stastik Regresi Berganda

Pada dasarnya, analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis Regresi Berganda digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh ukuran *profitabilitas*, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, kepemilikan saham oleh publik, *leverage*, pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran *profitabilitas*, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, kepemilikan saham oleh publik, *leverage*, pertumbuhan perusahaan. Variabel dependen dari penelitian ini adalah indeks pengungkapan informasi sosial perusahaan.

Model persamaan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

$$CSD_{it} = \alpha + \beta_1 PRO_{it} + \beta_2 UDK_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 PUB_{it} + \beta_5 LEV_{it} + \beta_6 GR_{it} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan: *CSD* = Indeks pengungkapan CSR

α = Konstanta

β_1 - β_6 = Koefisien regresi

PRO = Profitabilitas perusahaan

UDK = Ukuran dewan komisaris

SIZE = Ukuran perusahaan

LEV = *Leverage*

GR = Pertumbuhan perusahaan

ε = error

3.5.4 Uji Hipotesis

Menurut Ghozali (2006) ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of fit*-nya. Secara statistik, setidaknya 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 dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

3.5.4.1 Uji t (Uji Parsial)

Ghozali (2005) memaparkan bahwa uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha=5\%$) Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

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

3.5.4.2 Uji F (Uji Simultan)

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

pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha=5\%$)

3.5.4.3 Koefisien Determinasi(R^2)

Ghozali (2005) menjelaskan bahwa koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada di antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan yang rendah pula dari variabel-variabel independen. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan penjelasan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut: