

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LUAS PENGUNGKAPAN SOSIAL DAN
LINGKUNGAN MELALUI *WEBSITE*
PERUSAHAAN**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

NUZUL NOOR RAMADHAN
NIM 12030110120096

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2014**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Nuzul Noor Ramadhan
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110120096
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI LUAS PENGUNGKAPAN
SOSIAL DAN LINGKUNGAN MELALUI
WEBSITE PERUSAHAAN**
Dosen Pembimbing : Andri Prastiwi, S.E., M.Si., Akt.

Semarang, 19 Agustus 2014

Dosen Pembimbing,

(Andri Prastiwi, S.E., M.Si., Akt.)
NIP 196708141998022001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Nuzul Noor Ramadhan

Nomor Induk Mahasiswa : 12030110120096

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Akuntansi

Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI LUAS PENGUNGKAPAN
SOSIAL DAN LINGKUNGAN MELALUI
WEBSITE PERUSAHAAN**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal , 28 Agustus 2014

Tim Penguji:

1. Andri Prastiwi, S.E., M.Si., Akt. (.....)

2. Drs. Sudarno, M.Si., Akt., P.hD. (.....)

3. Shiddiq Nur Rahardjo, S.E., M.Si., Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Nuzul Noor Ramadhan, menyatakan bahwa skripsi dengan judul **ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LUAS PENGUNGKAPAN SOSIAL DAN LINGKUNGAN MELALUI WEBSITE PERUSAHAAN** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin 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 disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 19 Agustus 2014

Yang membuat pernyataan,

Nuzul Noor Ramadhan
NIM 12030110120096

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu, dan jika kamu mengingkari (Nikmat-Ku), maka sesungguhnya azab-Ku sangat pedih.” (QS. Ibrahim ayat 7)

There are only two paths you can choose. You can sit quietly and be selected out of this world, or you can adapt and change!
Gai Tsutsugami (Guilty Crown)

Selalu ada yang namanya pertama kali bagi setiap orang.

***Skrripsi ini saya persembahkan untuk Ayah,
Ibu, Kakak, Adik, Keluarga, dan teman-temanmu serta semua manusia yang hidup di muka bumi ini.***

Semoga sedikit tulisan ini dapat merubah dunia menjadi lebih baik meski hanya setitik.

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze factors namely corporate type, profitability, foreign ownership, firm size, and corporate age that influence the extent of corporate social and environmental disclosure through corporate website. This research was made to continue previous research which focused only on the extent of corporate social dan environmental disclosure.

The statistic method that used to test the hypothesis in this research is multiple regression analysis. The population in this research is whole firm that listed on Indonesian Stock Exchange in 2011 until 2012. Sampling method used was random sampling. The final amount of sample are 60 firm.

Result of multiple regression analysis shows that corporate type, firm size, and corporate age have significant positive effect on the extent of corporate social and environmental disclosure through corporate website. Meanwhile, the other two variable that is profitability and foreign ownership have no significant effect on the extent of corporate social and environmental disclosure through corporate website.

Keywords: disclosure, social and environmental, website

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor seperti jenis perusahaan, profitabilitas, kepemilikan asing, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan terhadap luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui media *website* perusahaan. Penelitian ini dibuat untuk melanjutkan penelitian sebelumnya yang hanya berfokus pada luas pengungkapan sosial dan lingkungannya saja.

Penelitian ini menggunakan alat statistik regresi linear berganda untuk menguji hipotesis penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011 sampai 2012. Sampel yang digunakan sebanyak 60 perusahaan berdasarkan *metode random sampling*.

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa jenis perusahaan, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan. Sedangkan dua variabel lainnya yaitu profitabilitas dan kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan.

Kata kunci: pengungkapan, sosial dan lingkungan, *website*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah. Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya skripsi dengan judul: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial dan Lingkungan melalui *Website* Perusahaan dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Orang tua tercinta, Bapak Jantoro Priyo dan Ibu Sunarmi yang telah memberikan dukungan baik moral maupun materiil kepada penulis. Terimakasih atas segala doa dan dukungan yang tak henti-hentinya diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Andri Prastiwi, S.E., M.Si., Akt. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, kritikan, dan nasihat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Terimakasih telah sabar dalam menghadapi penulis yang nakal dan susah diatur ini.
3. Prof. Drs. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Phd. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memimpin Fakultas Ekonomika dan Bisnis dengan baik sehingga kegiatan belajar mengajar di Fakultas berjalan dengan lancar.

4. Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, M.Si., Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan motivasi kepada para mahasiswanya untuk segera menyelesaikan skripsi.
5. Adityawarman, S.E., M.Acc., Akt. selaku dosen wali yang telah membimbing penulis selama menempuh studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro sehingga penulis dapat mengikuti proses perkuliahan dengan baik.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
7. Seluruh staf administrasi, akademik, perpustakaan, SIMAWEB, Bapak penjaga gedung laboratorium, Gedung A, B, C, dan Dekanat Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan kelancaran proses administrasi selama kuliah dan penyusunan skripsi ini.
8. Kakakku Noor Laili yang selalu memberikan motivasi melalui sindiran-sindirannya kepada penulis dan Adikku Yusuf yang setia menjadi rekan *party* di saat penulis suntuk dan sedang tidak bersemangat.
9. Rekan-rekan asisten laboratorium UPK FEB UNDIP: Pak Rizal yang sering mampir dan mendiskusikan hal-hal yang “tidak biasa”. Mbak Mega dan Mbak Retno tempat mencurahkan semua masalah khususnya dalam penyusunan skripsi ini. Om Wicak selaku dewan penasihat UPK.

Aditya “Ngondoy” Rahadhian rekan seperjuangan yang sebentar lagi lulus. Aamiin. Kakak-Kakakku KimBlu, Agny Gallus, Ayu Zuriah, Tara Ninta, Andi Mubarak, Aditya Wahyu, Iccha Wirayodha, Masyam, Rudi Kurniawan, Teguh, Marsel, yang telah membagi ilmu dan pengalaman pada setiap bidang kehidupan. Rekan-rekan UPK ku Axel, Sani, Join, Sofia, Hamzah, Ana, Aldi, Najib, Bobby, Tommy, Silvi terimakasih atas hari-hari yang penuh warna dan berbagai macam pelajaran yang tak akan pernah terlupakan

10. Teman apa saja (Rivers): Dipta, Edo, Rian, Agung, Iwan, Ridho. Terimakasih atas canda, tawa, dan tangis yang telah kalian bagi kepada penulis. I Love You All!! meskipun kalian cowok 😊
11. Teman-teman Akuntansi 2010 tersayang yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih telah membagi berbagai macam cerita tentang kehidupan yang tak ternilai. Terimakasih Sika’s Fams yang telah menerima penulis menjadi salah satu bagiannya.
12. Teman-teman KMA periode 2011: Mbah Tya, Mas Indra, Mbak Nayla, Mas Ipang, Saras, Asti, Bagus, dan teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu terimakasih atas berbagai pengalaman dan ilmu yang telah dibagi kepada penulis sehingga penulis bisa jadi seperti saat ini.
13. Teman-teman KKN Tim II UNDIP Kecamatan Wiradesa, Kelurahan Kepatihan: Helmi, Dito, Arya, Beta, Ausie, Listriani, Triana, Intan, dan Dila. Terimakasih atas 45 hari yang tak akan pernah terlupakan.

14. Levy dan Jager. Terimakasih telah menemani penulis setiap hari selama kuliah dan proses penyusunan skripsi.

15. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan, bantuan, dan doanya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kakurangan dalam penyusunan skripsi ini, maka saran dan kritik yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini sangat penulis harapkan.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Semarang, 19 Agustus 2014
Penulis,

Nuzul Noor Ramadhan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penelitian	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Teori Legitimasi	11
2.1.2 Teori <i>Stakeholder</i>	12
2.1.3 Pengungkapan.....	14
2.1.4 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	15
2.1.5 Pengungkapan Sosial dan Lingkungan sebagai Tanggung Jawab Perusahaan	17
2.1.6 <i>Website</i> sebagai Media Pengungkapan Sosial dan Lingkungan	18

2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
2.4 Pengembangan Hipotesis	24
2.4.1 Hubungan antara Jenis Perusahaan dengan Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Melalui <i>Website</i> Perusahaan.....	24
2.4.2 Hubungan antara Profitabilitas dengan Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Melalui <i>Website</i> Perusahaan.....	25
2.4.3 Hubungan antara Kepemilikan Asing dengan Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Melalui <i>Website</i> Perusahaan.....	26
2.4.4 Hubungan antara Ukuran Perusahaan dengan Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Melalui <i>Website</i> Perusahaan.....	27
2.4.5 Hubungan antara Umur Perusahaan dengan Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Melalui <i>Website</i> Perusahaan.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	30
3.1.1 Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Melalui <i>Website</i> Perusahaan.....	30
3.1.2 Jenis Perusahaan.....	32
3.1.3 Profitabilitas	33
3.1.4 Kepemilikan Asing.....	33
3.1.5 Ukuran Perusahaan.....	34
3.1.6 Umur Perusahaan.....	34
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.3 Jenis dan Sumber Data	36
3.4 Metode Pengumpulan Data	36
3.5 Metode Analisis.....	37

3.5.1 Analisis Regresi Berganda	37
3.5.2 Statistik Deskriptif.....	38
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	39
3.5.4 Uji Kelayakan Model	41
3.5.4.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	41
3.5.4.2 Uji Statistik F	41
3.6 Pengujian Hipotesis.....	42
3.6.1 Uji Statistik t.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	44
4.2 Analisis Data	45
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	45
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	49
4.2.2.1 Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
4.2.2.2 Hasil Uji Autokorelasi	50
4.2.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
4.2.2.4 Hasil Uji Normalitas	52
4.2.3 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	54
4.2.4 Hasil Uji Kelayakan Model/ <i>Goodness of Fit</i>	55
4.2.4.1 Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	55
4.2.4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi	56
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis	58
4.3 Pembahasan.....	61
4.3.1 Pengaruh Jenis Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Melalui <i>Website</i> Perusahaan.....	61
4.3.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Melalui <i>Website</i> Perusahaan.....	62
4.3.3 Pengaruh Kepemilikan Asing Terhadap Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Melalui	

	<i>Website</i> Perusahaan.....	63
4.3.4	Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Melalui <i>Website</i> Perusahaan.....	64
4.3.5	Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Melalui <i>Website</i> Perusahaan.....	65
BAB V	PENUTUP	67
5.1	Simpulan.....	67
5.2	Keterbatasan	69
5.3	Saran.....	70
	DAFTAR PUSTAKA	72
	LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Tabel Ringkasan Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Komponen Nilai Luas Pengungkapan.....	31
Tabel 3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 3.3 Durbin-Watson <i>Test</i>	39
Tabel 4.1 Deskripsi Variabel Penelitian.....	45
Tabel 4.2 Hubungan Jenis Perusahaan dengan Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan.....	47
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4.4 Hasil Uji Park.....	51
Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi	55
Tabel 4.6 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Survei MarkPlus Insight	3
Gambar 2.2 Model Kerangka Pemikiran Teoritis.....	24
Gambar 4.1 Grafik Histogram	53
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot	53

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan semakin penting sekarang ini. Hal ini tidak lepas dari aktivitas perusahaan yang baik secara langsung maupun tidak ikut memberikan dampak buruk terhadap lingkungan sekitarnya. Banyak perusahaan melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan untuk menjaga reputasi perusahaan atau agar perusahaan bisa tetap *survive* dan terhindar dari berbagai bentuk penolakan masyarakat (Lindrianasari, 2007).

Perusahaan tidak dapat mengabaikan kebutuhan dari para *stakeholder*. *Stakeholder* sekarang ini, tidak hanya menilai perusahaan berdasarkan keuntungan yang diperoleh perusahaan saja, tetapi juga melalui aktivitas sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan. Untuk memenuhi kebutuhan *stakeholder* akan informasi aktivitas sosial dan lingkungan perusahaan, perusahaan dapat mengungkapkan pengungkapan aktivitas sosial dan lingkungannya. Selain untuk memenuhi kebutuhan *stakeholder*, pengungkapan informasi perusahaan dapat digunakan untuk menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan berbagai macam *stakeholder* (Cormier, et al, 2009).

Dalam praktiknya, perusahaan melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan pada berbagai media. Media massa merupakan media konvensional yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan informasi sosial dan lingkungannya. Media berikutnya yang biasa digunakan perusahaan adalah

annual report. Dalam *annual report*, pengungkapan sosial dan lingkungan disajikan bersama dengan laporan keuangan dan laporan kinerja dari pihak manajemen. Pada perkembangan selanjutnya, perusahaan menyajikan laporan pengungkapan sosial dan lingkungan terpisah dari laporan keuangan perusahaan, yaitu dalam bentuk *sustainability report* atau laporan berkelanjutan. Selain beberapa media tersebut, media yang sekarang ini sering digunakan perusahaan untuk menyampaikan informasi sosial dan lingkungannya adalah *website* perusahaan.

Perkembangan dari *World Wide Web (Web)* telah menuntun perusahaan untuk mempertimbangkan kembali strategi pengungkapan mereka karena *Website* menawarkan fleksibilitas yang lebih daripada pelaporan yang konvensional dalam hal penyajian dan isi pelaporan (Cormier, et al, 2009). Jika menggunakan pelaporan konvensional perusahaan hanya dapat mengungkapkan informasinya dalam bentuk tulisan dan gambar, sedangkan pengungkapan melalui *website* bisa dilakukan lebih dinamis dan interaktif misalnya dengan menggunakan gambar bergerak atau video. Selain itu, perusahaan juga dapat melakukan komunikasi dua arah menggunakan *website*-nya. Hal ini tentu akan sangat bermanfaat bagi perusahaan karena perusahaan dapat menerima *feedback* dari para *stakeholder*-nya dengan cepat.

Di Indonesia sendiri, tren pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan tidak terlepas dari perkembangan pengguna internet di Indonesia yang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Menurut statistik dari *internetworldstats.com*, Indonesia berada pada urutan keempat

pengguna internet terbanyak di Asia per 30 Juni 2012 sejumlah 55 juta pengguna. Selain itu, survei yang dilakukan oleh lembaga riset MarkPlus Insight (Gambar 1.1) menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pengguna internet Indonesia meningkat sebesar 22 persen dari 62 juta di tahun 2012 menjadi 74,57 juta di tahun 2013.

Gambar 1.1
Survei MarkPlus Insight



Sumber: *Indonesia Netizen Survey 2013*, MarkPlus Insight

Penggunaan internet yang terus mengalami peningkatan ini dinilai perusahaan sebagai alternatif baru dalam melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan. Hal ini ditunjukkan dengan semakin banyak perusahaan yang memiliki *website* pribadi. *Website* yang awalnya digunakan sebagai media promosi, sekarang telah berkembang menjadi media komunikasi dan pengungkapan. Informasi yang disajikan tidak hanya berupa informasi keuangan tetapi juga informasi nonkeuangan. Penelitian yang dilakukan oleh Ismail (2002)

menunjukkan bahwa sekitar 61% perusahaan melaporkan informasi nonkeuangan dalam *website* mereka, sedangkan 39% melaporkan informasi keuangan.

Penelitian mengenai Pengungkapan sosial dan lingkungan telah banyak dilakukan di berbagai negara (Anggraini, 2006; Sembiring, 2005; Gunawan *et al*, 2009, Djakman dan Machmud, 2009; Sen *et al*, 2011). Penelitian yang dilakukan sebagian besar menggunakan laporan tahunan atau *annual report* sebagai obyek penelitian. Menurut temuan dari Gunawan *et al* (2009), jumlah pengungkapan sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan masih sedikit karena diduga perusahaan masih belum paham mengenai manfaat dari pengungkapan sosial dan lingkungan dan perusahaan juga masih mencari media alternatif penyampaian selain *annual report*.

Xiao, *et al* (2004) menganalisis determinan dan karakteristik dari pengungkapan sukarela berbasis internet oleh perusahaan terdaftar di China pada tahun 2001. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan dengan total aset terbesar karena pada waktu itu diasumsikan bahwa hanya perusahaan besar yang mempunyai sumber daya yang memadai untuk melakukan pengungkapan melalui internet. Namun seiring dengan perkembangan teknologi, asumsi ini menjadi kurang relevan. Sekarang ini, internet dapat diakses oleh berbagai kalangan, mulai dari perusahaan dengan aset triliunan rupiah hingga individu dengan aset tidak lebih dari satu juta rupiah. Bahkan sekarang ini, *website* yang dimiliki oleh pribadi bukan menjadi hal yang asing.

Chapple & Moon (2005) menginvestigasi pelaporan CSR dalam *website* perusahaan di tujuh Negara di Asia, yaitu India, Indonesia, Malaysia, Filipina,

Korea Selatan, Singapura, dan Thailand. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengungkapan CSR bervariasi di masing-masing negara. Sayangnya, penelitian ini menggunakan 50 perusahaan teratas dari tiap negara tanpa mempertimbangkan jenis industri perusahaan sampel sehingga kemungkinan adanya perbedaan luas pengungkapan antara perusahaan besar atau kecil tidak terakomodasi. Selain itu, tidak dipertimbangkannya informasi yang diungkapkan pada industri sensitif dapat menyebabkan kurang validnya hasil pengamatan karena pada industri yang lebih banyak berhubungan dengan lingkungan (sensitif) cenderung mengungkapkan informasi sosial dan lingkungannya lebih banyak daripada industri yang tidak sensitif.

Arussi, *et al* (2009) melakukan penelitian untuk menginvestigasi apakah pengungkapan keuangan dan lingkungan melalui internet dapat dijelaskan dengan determinan yang sama dengan pelaporan konvensional atau tidak. Variabel yang digunakan antara lain *ethnicity of chief executive officer (CEO)*, *leverage*, *level of technology*, *existence of dominant personalities*, *profitability*, dan *firm size*. Penelitian ini menemukan bahwa *ethnicity of CEO*, *level of technology*, dan *firm size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan keuangan dan lingkungan. Lalu *existence of dominant personalities* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan keuangan. Sedangkan variabel *leverage* dan *profitability* tidak menunjukkan hubungan signifikan terhadap pengungkapan keuangan dan lingkungan melalui internet. Pengukuran variabel dependen menggunakan analisis konten dengan melihat kesesuaian item yang diungkapkan perusahaan dengan indeks pengungkapan yang digunakan peneliti. Sayangnya penilaian dari luas

pengungkapan sosial dan lingkungan masih terlalu sederhana, yaitu perusahaan yang mengungkapkan 3 item dari 36 item di indeks sudah dinilai luas pengungkapannya. Penilaian seperti ini akan memberikan hasil yang kurang representatif karena tema dari pengungkapan sosial dan lingkungan terus mengalami perkembangan (Deegan *et al*, 2002; Thompson & Zakaria, 2004; Ratanajongkol *et al*, 2006). Tema dari pengungkapan sosial dan lingkungan yang terus mengalami perkembangan memungkinkan perusahaan untuk mengungkapkan lebih banyak informasi sosial dan lingkungannya.

Penelitian selanjutnya telah dilakukan oleh Djajadikerta & Trireksani (2012) yang melakukan penelitian pada *Website* perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008. Penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa pengungkapan sosial dan lingkungan di *website* perusahaan Indonesia masih rendah. Sayangnya penelitian ini hanya berfokus pada pengukuran luas pengungkapan sosial dan lingkungan saja. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya pengungkapan sosial dan lingkungan tidak dianalisis lebih lanjut.

Penelitian kali ini merupakan pengembangan dari penelitian Djajadikerta & Trireksani (2012). Jika penelitian Djajadikerta & Trireksani (2012) berfokus pada pengukuran pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website*, maka penelitian ini lebih berfokus pada analisis faktor yang diduga mempengaruhi luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website*. Kemudian untuk mengakomodasi penelitian Xiao, *et al* (2004) dan Chapple & Moon (2005) sampel yang digunakan bukan hanya perusahaan-perusahaan terbesar saja, tetapi juga menggunakan perusahaan dengan skala yang lebih kecil. Jenis perusahaan juga

digunakan sebagai variabel independen untuk mengakomodasi penelitian Chapple & Moon (2005). Selain itu terdapat perbedaan waktu dilakukannya penelitian.

1.2 Rumusan Masalah

Pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan topik yang masih menarik untuk diteliti. Seiring dengan perkembangan teknologi, pengungkapan informasi perusahaan dapat dilakukan melalui berbagai media. Salah satu media yang saat ini mendapat banyak perhatian dari masyarakat adalah *website*.

Penelitian yang dilakukan Chapple & Moon (2005) menunjukkan bahwa pengungkapan sosial dan lingkungan di setiap negara bervariasi satu sama lain. Penyebab adanya perbedaan pengungkapan di setiap negara antara lain karena perbedaan budaya, pemerintahan, dan lingkungan pada suatu negara. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang diduga mempengaruhi variasi dari pengungkapan sosial dan lingkungan pada *website* perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Menurut Djadjadikerta & Trireksani (2012) ada beberapa faktor yang berkontribusi terhadap luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan. Peneliti menggunakan faktor-faktor (variabel) yang sebelumnya telah digunakan untuk menganalisis pengungkapan sosial dan lingkungan dalam *annual report* perusahaan. Faktor-faktor tersebut adalah jenis perusahaan, profitabilitas, kepemilikan asing, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian, yaitu :

- a. Apakah jenis perusahaan mempengaruhi luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan?

- b. Apakah profitabilitas mempengaruhi luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan?
- c. Apakah kepemilikan asing mempengaruhi luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan?
- d. Apakah ukuran perusahaan mempengaruhi luas laporan pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan?
- e. Apakah umur perusahaan mempengaruhi luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan dari penelitian ini, antara lain :

1. Menganalisis apakah jenis perusahaan berpengaruh terhadap luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan.
2. Menganalisis apakah profitabilitas berpengaruh terhadap luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan.
3. Menganalisis apakah kepemilikan asing berpengaruh terhadap luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan.
4. Menganalisis apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan.
5. Menganalisis apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Pengembangan Ilmu

Penelitian ini dapat memperkaya referensi yang bisa dijadikan acuan dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui internet. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan.

2. Bagi Kalangan Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan. Selain itu, melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini, akan dibuat sistematika penulisan sebagai berikut. Pada Bab Satu dijelaskan tentang fenomena yang ada berkaitan dengan topik penelitian dan alasan yang melatarbelakangi peneliti melakukan penelitian. Kemudian dari fenomena tadi, dilakukan perumusan masalah. Selanjutnya dijelaskan mengenai tujuan dan manfaat penelitian dan yang terakhir sistematika penulisan. Pada Bab Dua dibahas mengenai teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, relevansi teori dengan penelitian, kerangka teoritis dari penelitian, dan pengembangan hipotesis berdasarkan teori-teori yang digunakan. Pada Bab Tiga akan dijelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan. Kemudian

dijelaskan pula variabel dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, bagaimana cara pengumpulan data, sumber data yang digunakan, dan model analisis. Selanjutnya pada bab empat akan diuraikan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian. Analisis data yang dilakukan terdiri dari analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan analisis regresi berganda. Pada bab terakhir (bab 5) berisi kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1. Teori Legitimasi

Legitimasi adalah persepsi atau asumsi umum dimana tindakan sebuah entitas sesuai dengan sistem sosial yang telah terbentuk berdasarkan norma, nilai, dan kepercayaan (Suchman, 1995). Lebih lanjut lagi Suchman (1995) mengatakan bahwa legitimasi dapat meningkatkan keberlanjutan dan kredibilitas dari sebuah perusahaan. Dengan kata lain perusahaan dapat terus meningkatkan kinerjanya jika perusahaan mendapat legitimasi dari para *stakeholder*-nya.

Menurut Ghozali dan Chariri (2003), teori legitimasi dilandasi oleh kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi. Kontrak yang terbentuk antara perusahaan dan masyarakat ini menjadi suatu ikatan yang dapat menjaga hubungan baik perusahaan dengan masyarakat sekitar. Apabila perusahaan melanggar kontrak sosial ini, maka kelangsungan hidup perusahaan akan terancam. Oleh karena itu, perusahaan berusaha untuk mengelola legitimasinya karena legitimasi membantu untuk memastikan keberlangsungan arus masuk modal, pekerja, dan pelanggan (Tilling, 2004).

Untuk mendapat legitimasi dari *stakeholder*, salah satu cara yang dilakukan perusahaan adalah dengan melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan. Dalam pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan berusaha menunjukkan kepada para *stakeholder*-nya bahwa perusahaan telah melakukan berbagai upaya yang memadai untuk menjaga kontrak sosialnya. Pengungkapan sosial dan lingkungan diharapkan dapat meyakinkan para *stakeholder* bahwa aktivitas yang dilakukan perusahaan sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku sehingga perusahaan dapat terus beroperasi.

Beberapa penelitian tentang Pengungkapan Sosial dan Lingkungan menggunakan teori legitimasi sebagai dasar dalam menjelaskan praktik pengungkapan sosial dan lingkungan (Wilmshurst & Frost, 2000; Brown & Deegan, 1998; Deegan, *et al*, 2002; Djajadikerta & Trireksani, 2012) dan telah membuktikan bahwa teori legitimasi dapat menjelaskan pengungkapan sosial dan lingkungan dengan baik.

2.1.2. Teori Stakeholder

Dalam Teori *Stakeholder* dijelaskan bahwa sebuah organisasi atau perusahaan bukan hanya beroperasi untuk dirinya sendiri tetapi juga dapat memberikan manfaat kepada para *stakeholder*-nya (Ghozali dan Chariri, 2003). Hal ini karena perusahaan merupakan bagian dari lingkungan di sekitarnya sehingga perusahaan tidak bisa mengabaikan begitu saja akan apa yang terjadi di lingkungan sekitarnya. Baik secara langsung maupun tidak, *stakeholder* dapat mempengaruhi operasi perusahaan. Kuatnya dukungan dari *stakeholder* diharapkan akan memberikan dampak positif pada operasi perusahaan. Sebaliknya,

jika para *stakeholder* merasa diabaikan oleh perusahaan, hal ini dapat berdampak negatif untuk perusahaan.

Menurut Garvare & Johansson (2010) *stakeholder* dibagi ke dalam dua jenis, yaitu *primary stakeholder* dan *secondary stakeholder*. *Primary stakeholder* merupakan pihak yang mempunyai pengaruh langsung pada aktivitas utama organisasi atau perusahaan. Contoh dari *primary stakeholder* antara lain, konsumen, manajemen, asisten karyawan, pemasok, pemegang saham, dan pemerintah. Kategori kedua yaitu *Secondary stakeholder* yang dideskripsikan sebagai pihak yang secara tidak langsung mendukung operasi perusahaan. Contoh dari *secondary stakeholder* antara lain, organisasi non-pemerintah, akademisi, media, dan individu atau organisasi lainnya. Pembagian jenis *stakeholder* ini didasarkan pada peran *stakeholder* dalam mempengaruhi aktivitas perusahaan.

Ada beberapa alasan perlunya perusahaan memperhatikan para *stakeholder*-nya, antara lain isu lingkungan yang memiliki dampak sistemik dan dapat mempengaruhi berbagai lapisan masyarakat. Memasuki era globalisasi mendorong produk yang diperdagangkan agar bersahabat dengan lingkungan. Hal ini karena masyarakat semakin sadar akan pentingnya menjaga kesehatan dan lingkungan. Fenomena *Global Warming* sebagai permasalahan dunia juga mendorong masyarakat untuk lebih waspada terhadap isu lingkungan. Selain itu, investor dalam menanamkan modal lebih memilih perusahaan yang memiliki dan mengembangkan program pemberdayaan lingkungan.

2.1.3. Pengungkapan (*Disclosure*)

Pengungkapan atau *disclosure* menurut kamus Oxford berarti suatu tindakan untuk membuat suatu informasi rahasia menjadi diketahui. Menurut Hendriksen (1992) pengungkapan didefinisikan sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Jika dikaitkan dengan perusahaan, pengungkapan dapat diartikan sebagai penyajian informasi perusahaan kepada pihak-pihak berkepentingan yang berguna untuk pengambilan keputusan strategis.

Menurut Belkaoui (2000) tujuan dilakukan pengungkapan antara lain:

1. Untuk menjelaskan item-item yang belum diakui dan untuk menyediakan ukuran yang bermanfaat bagi item-item tersebut.
2. Untuk menjelaskan item-item yang diakui dan menyediakan ukuran yang relevan bagi item-item tersebut, selain ukuran dalam laporan keuangan.
3. Untuk menyediakan informasi bagi investor dan kreditor dalam menentukan risiko dan item-item yang potensial untuk diakui dan yang belum diakui.
4. Untuk menyediakan informasi mengenai aliran kas masuk dan keluar di masa mendatang.

Pengungkapan oleh perusahaan nantinya akan digunakan oleh pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Misalnya investor, akan melihat kinerja perusahaan untuk menentukan apakah akan tetap berinvestasi di perusahaan itu atau tidak. Pengungkapan perusahaan dapat dibagi dalam dua kategori, yaitu pengungkapan finansial dan nonfinansial. Pengungkapan finansial adalah pengungkapan yang berhubungan

dengan kinerja keuangan perusahaan seperti laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan serta rasio-rasio keuangan. Sedangkan pengungkapan non finansial merupakan pengungkapan yang berhubungan dengan aktivitas perusahaan selain keuangan seperti jumpa pers kontrak kerjasama, peluncuran produk baru, pengumuman kenaikan gaji karyawan, penghargaan yang diterima perusahaan, dan informasi tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

1.1.4. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi topik yang menarik untuk dibahas. Dari tahun ke tahun semakin banyak perusahaan yang menerapkan CSR secara berkelanjutan. Hal ini tidak lepas dari manfaat nyata CSR baik bagi *stakeholder* maupun bagi perusahaan itu sendiri. Istilah CSR sendiri dipopulerkan oleh John Elkington (1997) melalui bukunya yang berjudul "*Cannibal with Forks, the Tripple Bottom Line of Twentieth First Century Business*". Melalui bukunya, Elkington mengungkapkan bahwa perusahaan yang ingin menjaga kelangsungan usahanya harus memperhatikan 3P, yaitu *profit*, *planet*, dan *people*. Hal ini berarti bahwa dalam menjalankan usahanya perusahaan tidak dapat hanya mengejar keuntungan saja tetapi juga harus memperhatikan hal lain, yaitu kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan, karyawan, dan pihak yang terlibat dalam aktivitas perusahaan (*people*) dan ikut berpartisipasi dalam menjaga kelestarian lingkungan di sekitar perusahaan.

Garriga dan Mele (2004) mengklasifikasikan teori dan pendekatan berkaitan dengan CSR ke dalam empat kategori, yaitu:

1. *Instrumental Theories*

Kelompok pertama dimana diasumsikan bahwa perusahaan adalah sebuah instrumen penghasil kekayaan dan hal ini adalah satu-satunya tanggung jawab sosialnya.

2. *Political Theories*

Kelompok kedua dimana kekuatan sosial dari perusahaan diperluas, khususnya pada hubungan dengan masyarakat dan tanggung jawabnya pada area politik yang berasosiasi dengan kekuatan ini.

3. *Integrative Theories*

Kelompok ketiga memasukkan teori yang mempertimbangkan bahwa bisnis harus terintegrasi dengan tuntutan sosial. Kelompok ini biasanya berpendapat bahwa bisnis bergantung pada masyarakat demi keberlangsungan dan pertumbuhannya dan bahkan demi keberadaan bisnis itu sendiri.

4. *Ethical Theories*

Kelompok keempat memahami bahwa hubungan antara bisnis dan masyarakat melekat nilai etis di dalamnya. Hal ini mendorong pada visi CSR dari perspektif etis dan sebagai konsekuensi perusahaan harus menerima tanggung jawab sosial sebagai kewajiban etis.

4.1.4. Pengungkapan Sosial dan Lingkungan sebagai Tanggung Jawab Perusahaan

Pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan salah satu bentuk penyampaian informasi sosial perusahaan kepada para *stakeholder*. Perusahaan selama aktivitas operasi memberikan dampak buruk kepada lingkungan sekitarnya dari yang kecil hingga dampak yang signifikan.

PSAK No. 1 tahun 2004 paragraf sembilan menyatakan bahwa

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan mengenai lingkungan hidup atau laporan nilai tambah, khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”.

Dalam pernyataan tersebut, tidak disebutkan mengenai kewajiban perusahaan dalam mengungkapkan laporan sosial dan lingkungan sehingga bisa disimpulkan bahwa pada tahun 2004 pengungkapan sosial dan lingkungan di Indonesia adalah pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*).

Pada tahun 2007, pemerintah mengesahkan Undang-undang Perseroan Terbatas, yaitu UU No 40 th. 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam Undang-undang ini dimuat ketentuan mengenai kewajiban perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya sebagai suatu bentuk komitmen perusahaan dalam aspek sosial dan lingkungan. Sejak dikeluarkan peraturan ini, pengungkapan sosial dan lingkungan yang semula sukarela berganti menjadi wajib (*mandatory disclosure*). Sebagai tindak lanjut dari Undang-undang ini, pada tahun 2012 disahkan peraturan pemerintah yaitu PP No. 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

Pengungkapan sosial dan lingkungan bisa dikelompokkan menjadi beberapa elemen. Menurut Zhegal & Ahmed (1990) dalam Anggraini F. R. (2006) pelaporan sosial perusahaan dapat diidentifikasi dalam beberapa elemen :

1. Lingkungan

Elemen ini meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan

2. Energi

Elemen ini meliputi konservasi energi, efisiensi energi, dll.

3. Praktik Bisnis yang Wajar

Elemen ini meliputi pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial.

4. Sumber Daya Manusia

Elemen ini meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan, dan seni.

5. Produk

Elemen ini meliputi keamanan, pengurangan polusi, dll.

4.1.5. Website sebagai Media Pengungkapan Sosial dan Lingkungan

Seiring perkembangan teknologi, perusahaan terus mencari alternatif media untuk mengungkapkan informasi perusahaan. Media tradisional (*paper-based*) secara bertahap mulai dialihkan ke media elektronik dalam hal ini adalah internet. Pengalihan ini terjadi karena perusahaan menilai bahwa pengungkapan informasi melalui internet memiliki lebih banyak keuntungan daripada

mengungkapkan melalui media cetak. Pengungkapan melalui internet ini biasa dilakukan melalui *website* perusahaan.

Beberapa keuntungan penggunaan *website* sebagai salah satu alternatif pengungkapan kegiatan perusahaan, antara lain :

1. Internet mampu menjangkau area yang sangat luas bahkan sampai ke pelosok desa sehingga masalah perbedaan wilayah bisa diatasi
2. Informasi dalam *website* dapat dengan cepat dimutakhirkan (*update*)
3. Biaya yang dikeluarkan lebih murah daripada melalui surat kabar atau televisi
4. Informasi yang disajikan lebih variatif, yaitu bisa berupa teks, gambar, video, atau gabungan ketiganya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Xiao, *et al* (2004) menganalisis determinan dan karakteristik dari pengungkapan sukarela berbasis internet oleh perusahaan terdaftar di China. Penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa *share ownership, independent directors, auditor type, industry, dan influence of CSRC* berpengaruh terhadap pengungkapan sukarela berbasis internet.

Chapple & Moon (2005) menginvestigasi pelaporan CSR dalam *web site* perusahaan di tujuh Negara di Asia, yaitu India, Indonesia, Malaysia, Filipina, Korea Selatan, Singapura, dan Thailand. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengungkapan CSR bervariasi di masing-masing Negara. Sayangnya, penelitian

ini menggunakan 50 perusahaan teratas dari tiap negara tanpa mempertimbangkan jenis industri perusahaan sampel.

Arussi, *et al* (2009) melakukan penelitian untuk menginvestigasi apakah pengungkapan keuangan dan lingkungan melalui internet dapat dijelaskan dengan determinan yang sama dengan pelaporan konvensional atau tidak. Variabel yang digunakan antara lain *ethnicity of chief executive officer (CEO)*, *leverage*, *level of technology*, *existence of dominant personalities*, *profitability*, dan *firm size*. Penelitian ini menemukan bahwa *ethnicity of CEO*, *level of technology*, dan *firm size* merupakan determinan dari pengungkapan keuangan dan lingkungan. Lalu *existence of dominant personalities* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan keuangan. Sedangkan variabel yang lain tidak menunjukkan hubungan signifikan terhadap pengungkapan keuangan dan lingkungan melalui internet.

Penelitian yang dilakukan (Djajadikerta & Trireksani, 2012) bertujuan untuk mengukur luas pengungkapan sosial dan lingkungan pada *website* perusahaan dan menganalisis pengaruh sensitivitas industri terhadap luas pengungkapan sosial dan lingkungan pada *website* perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *website* 110 perusahaan yang *listing* di IDX pada September 2008. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan sosial dan lingkungan di Indonesia masih rendah. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa luas pengungkapan sosial dan lingkungan pada *website* perusahaan industri sensitif dan nonsensitif tidak jauh berbeda.

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun	Variabel Dependen	Variabel Independen	Sampel	Hasil
1.	Xiao, <i>et al</i> (2004)	Luas pengungkapan sukarela perusahaan melalui internet	Share ownership, Independent directors, auditor type, foreign listing, industry, influence of the CSRC	300 perusahaan terbesar di China	Share ownership, Independent directors, auditor type, foreign listing, industry, influence of the CSRC mempengaruhi luas pengungkapan sukarela perusahaan melalui internet
2.	Chapple & Moon (2005)	Luas Pelaporan CSR	Globalisasi, pertumbuhan ekonomi	50 perusahaan di 7 negara pada tahun 2002: India, Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Korea Selatan, dan Thailand	Luas pengungkapan sosial dan lingkungan beragam antara satu negara dengan lainnya di Asia
3.	Arussi, <i>et al</i> (2009)	Pengungkapan keuangan melalui internet dan Pengungkapan lingkungan melalui internet	<i>Ethnicity of CEO, Leverage, Level of technology, existence of dominant personalities, profitability, dan firm size</i>	Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Malaysia pada tahun 2005	Level of technology, ethnicity of CEO and firm size merupakan determinan untuk pengungkapan keuangan dan lingkungan di internet, Existence of dominant personality berpengaruh negatif hanya pada pengungkapan

					keuangan
4.	Djajadikerta and Trireksani (2012)	Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan	Sensitivitas Perusahaan,	Perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2008	Luas pengungkapan sosial dan lingkungan pada web site perusahaan rendah, Tidak ada perbedaan yang signifikan antara luas pengungkapan sosial di industri sensitif dan non sensitif.

Sumber: Penelitian terdahulu yang diringkas

2.3 Kerangka Pemikiran

Beberapa faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Sosial dan Lingkungan melalui *website* perusahaan antara lain, jenis perusahaan, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, profitabilitas, dan umur perusahaan. Masing-masing faktor memiliki pengaruh yang berbeda terhadap Pengungkapan Sosial dan Lingkungan melalui *website* perusahaan.

Perusahaan besar biasanya akan mendapat sorotan lebih banyak dari masyarakat karena perusahaan besar melakukan aktivitas yang lebih banyak daripada perusahaan kecil. Sorotan dari masyarakat ini dapat menjadi persepsi negatif jika perusahaan terlalu tertutup kepada masyarakat. Untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat, perusahaan akan melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan di berbagai media, salah satunya adalah *website*.

Perusahaan *high profile* merupakan perusahaan yang memiliki risiko tinggi karena aktivitas operasinya mempengaruhi lingkungan di sekitarnya secara langsung. Karena aktivitasnya, perusahaan dengan kategori *high profile* biasanya memiliki *stakeholder* yang lebih peka terhadap isu sosial dan lingkungan perusahaan. Untuk memenuhi kebutuhan *stakeholder* akan informasi ini, perusahaan akan melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan seluas-luasnya.

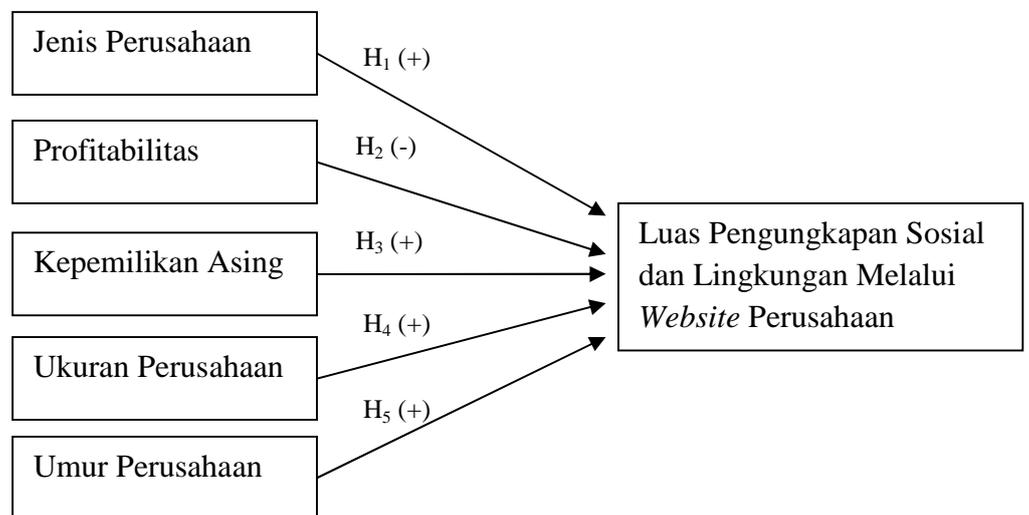
Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam periode tertentu. Perusahaan dengan profitabilitas rendah akan meningkatkan pengungkapan sosial dan lingkungannya guna meyakinkan investor bahwa perusahaan masih layak untuk dijadikan tempat berinvestasi.

Perusahaan dengan kepemilikan asing biasanya memiliki perhatian yang lebih besar terhadap isu lingkungan. Hal ini karena perusahaan asing memiliki standar yang ketat dalam menjalankan aktivitas operasional perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan asing akan mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan untuk memenuhi kebutuhan para *stakeholder*. Disamping itu, perusahaan asing biasanya menginvestasikan modalnya untuk memberikan pelatihan kepada karyawannya dalam bidang teknologi informasi sehingga perusahaan dapat melakukan pengungkapan di berbagai media termasuk *website* perusahaan.

Perusahaan dengan umur *listing* yang lama biasanya akan mengungkapkan informasi sosial dan lingkungannya lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang baru *listing*. Ini karena perusahaan dengan umur *listing* lama biasanya telah mengerti dengan baik informasi apa saja yang dibutuhkan

oleh para *stakeholder*. Selain itu, kebutuhan dari *stakeholder* akan akses informasi yang cepat mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi dalam berbagai media. Salah satu media yang mampu mengakomodasi hal itu adalah internet.

Gambar 2.1
Model Kerangka Pemikiran Teoritis



2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Hubungan antara Jenis Perusahaan dengan Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Melalui *Website* Perusahaan

Jenis perusahaan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu perusahaan *high profile* dan perusahaan *low profile*. Perusahaan *High Profile* adalah perusahaan yang dalam aktivitasnya dapat memberikan dampak buruk yang lebih besar terhadap lingkungan. Sedangkan perusahaan *low profile* adalah perusahaan yang aktivitasnya memberikan dampak buruk lebih kecil terhadap

lingkungan sekitarnya dibandingkan perusahaan *high profile*. Karena perusahaan *high profile* memberikan dampak buruk yang lebih besar pada lingkungan sekitarnya, para *stakeholder* akan lebih berhati-hati ketika menghadapi perusahaan. *Stakeholder* perusahaan yang *high profile* membutuhkan informasi yang lengkap dan dapat diakses dengan cepat sehingga informasi tadi dapat dijadikan pertimbangan untuk pengambilan keputusan. Untuk memenuhi kebutuhan dari *stakeholder* tadi, perusahaan perlu mengungkapkan informasi sosial dan lingkungannya secara cepat dan mampu menjangkau area yang luas. Salah satu media yang mampu mengakomodasi kebutuhan itu adalah media internet dalam hal ini *website* perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan *high profile* cenderung akan menyajikan pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan *low profile*. Berdasarkan uraian diatas, maka disusun hipotesis sebagai berikut :

H₁: Jenis Perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *Website* Perusahaan

2.4.2 Hubungan antara Profitabilitas dengan Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Melalui *Website* Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Menurut Donovan dan Gibson (2000) dalam Sembiring (2005), berdasarkan teori legitimasi, ketika perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi, perusahaan merasa tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu kesuksesan perusahaan. Sedangkan pada saat profitabilitas rendah, perusahaan akan melaporkan lebih banyak tentang kegiatan-kegiatan sosialnya dengan harapan

investor akan tetap berinvestasi pada perusahaan tersebut. Pengungkapan sosial dan lingkungan ini akan disampaikan perusahaan melalui berbagai media dengan jangkauan yang luas dan biaya yang relatif murah. Dan media yang dapat mengakomodasi kebutuhan ini adalah *website* perusahaan. Selain sebagai media promosi, *website* juga berperan sebagai media publikasi resmi perusahaan sehingga informasi yang disajikan melalui *website* dapat diandalkan. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disusun hipotesis sebagai berikut :

H₂: Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *WebSite* Perusahaan

2.4.3 Hubungan antara Kepemilikan Asing dengan Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Melalui *Website* Perusahaan

Kepemilikan asing adalah jumlah saham yang dimiliki oleh investor dari luar negeri pada suatu perusahaan. Perusahaan dengan kepemilikan asing cenderung lebih perhatian terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan (Djakman dan Machmud, 2008). Hal ini karena perusahaan dengan kepemilikan asing telah terbiasa menghadapi berbagai isu sosial dan lingkungan yang cenderung lebih banyak diperhatikan di luar negeri. Selain itu, regulasi di luar negeri yang ketat menjadikan investor-investor asing lebih berhati-hati dalam mengungkapkan informasi sosial dan lingkungannya.

Jika dilihat dari sisi pemilik, Investor asing cenderung lebih memahami kebutuhan para *stakeholder*-nya jika dibandingkan investor domestik. Investor asing mengerti bahwa para *stakeholder* membutuhkan informasi yang lengkap mengenai aktivitas perusahaan. Informasi-informasi sosial perusahaan penting

untuk diungkapkan karena informasi tersebut dapat memberikan pandangan kepada para *stakeholder* tentang diri perusahaan. Apalagi pasar yang dicakup oleh perusahaan dengan kepemilikan asing pastinya lebih luas sehingga perusahaan dengan kepemilikan asing perlu untuk menyampaikan informasinya secara global.

Selain itu, perusahaan dengan kepemilikan asing biasanya mendapatkan pelatihan khusus berkaitan dengan pemanfaatan teknologi informasi. Didukung dengan sistem informasi yang memadai, perusahaan dapat melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan kepada *stakeholder* sebagai suatu bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu, perusahaan dengan kepemilikan asing cenderung untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungannya melalui berbagai media, salah satunya *website* perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Soliman, *et al* (2012) berhasil menunjukkan adanya pengaruh kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka disusun hipotesis sebagai berikut :

H₃: Kepemilikan Asing berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *Website* Perusahaan

2.4.4 Hubungan antara Ukuran Perusahaan dengan Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Melalui *Website* Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan (Sembiring, 2005). Semakin besar ukuran perusahaan, aktivitas yang dilakukan juga akan semakin banyak. Hal ini akan meningkatkan perhatian

masyarakat kepada perusahaan. Karena mendapat pengawasan lebih dari masyarakat, perusahaan akan lebih berhati-hati dalam menjalankan usahanya. Menurut teori legitimasi, dalam situasi seperti ini perusahaan akan berusaha untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat agar aktivitas yang dilakukan perusahaan dapat berjalan sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat. Informasi yang disampaikan perusahaan seharusnya disebarakan dengan cepat untuk menghindari isu-isu tidak baik yang ditujukan kepada perusahaan. Media yang mampu menyebarkan informasi dengan cepat dan biaya murah adalah *website* perusahaan. Oleh karena itu, semakin besar perusahaan, semakin penting bagi perusahaan untuk menyajikan dengan lebih luas laporan pengungkapan sosial dan lingkungannya. Berdasarkan keterangan diatas, maka disusun hipotesis sebagai berikut:

H₄: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *Website* Perusahaan

2.4.5 Hubungan antara Umur Perusahaan dengan Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Melalui *Website* Perusahaan

Umur perusahaan dilihat dari lama perusahaan melakukan penawaran saham (*listing*) di Bursa Efek. Perusahaan yang lebih lama *listing* biasanya lebih mengerti apa yang dibutuhkan oleh *stakeholder*-nya. Perusahaan akan menyusun dengan baik informasi apa saja yang penting bagi para *stakeholder*-nya. Apalagi dengan semakin diperhatikannya isu lingkungan, perusahaan akan lebih berhati-hati dalam mengungkapkan informasinya. Perusahaan dengan umur *listing* yang lebih lama mempunyai lebih banyak pengalaman untuk menangani masalah ini.

Oleh karena itu, perusahaan dengan umur *listing* yang lebih lama akan cenderung melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan yang lebih luas guna memenuhi kebutuhan para *stakeholder*-nya. Selain itu, perusahaan dengan umur *listing* yang lama biasanya lebih mengerti bahwa *website* dapat dimanfaatkan sebagai media pengungkapan yang efektif dan *low cost*. Penelitian yang dilakukan oleh Soliman (2012) mampu membuktikan bahwa umur perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Konsisten dengan penelitian Soliman, *et al* (2012), maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H₅: Umur perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *Website* Perusahaan

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai variabel penelitian dan definisi operasional dari variabel yang digunakan. Kemudian dijelaskan pula mengenai populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan yang terakhir metode analisis.

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan melalui *Website* Perusahaan. Sedangkan variabel independen terdiri dari jenis perusahaan, profitabilitas, kepemilikan asing, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan.

3.1.1 Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan melalui *Website* Perusahaan

Variabel terikat pada penelitian ini adalah luas pengungkapan sosial dan lingkungan melalui *website* perusahaan. Pengungkapan dikatakan luas jika perusahaan melakukan pengungkapan yang isinya mencakup berbagai tema dan dimensi yang ada. Pengungkapan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengungkapan yang disajikan langsung di *website* perusahaan tanpa perlu mengunduh atau *men-download* terlebih dahulu.

Pengukuran luas pengungkapan sosial dan lingkungan dalam penelitian ini menggunakan metode yang disebut analisis konten. Analisis konten adalah sebuah teknik penelitian untuk membuat keputusan yang sama dan valid dari data

melalui isinya (Krippendorff, 1980 dalam Djajadikerta & Trireksani, 2012). Penerapan dari analisis konten dilakukan dengan cara mengkonversi informasi kualitatif yang ada di *website* ke dalam informasi kuantitatif (Djajadikerta & Trireksani, 2012).

Pengukuran luas pengungkapan sosial dan lingkungan dalam penelitian ini menggunakan kriteria yang diadopsi dari kerangka penelitian Gunawan, *et al* (2009) dan Djajadikerta & Trireksani (2012). Kerangka ini menggunakan tema yang digunakan diadopsi dari Gunawan, *et al* (2009) yang terdiri dari *environment*, *energy*, *human resources*, *community*, *products*, *sustainability*, *external relation*, dan *other issues*. Sedangkan dimensi pengukuran untuk setiap tema ada tiga, yaitu *evidence*, *time frame*, dan *specificity* (Djajadikerta & Trireksani, 2012).

Tabel 3.1
Komponen Nilai Luas Pengungkapan

Dimensi	Item	Nilai
<i>Evidence</i>	<i>Monetary/Quantitative</i>	3
	<i>Non-monetary/Qualitative</i>	2
	<i>Declarative</i>	1
	<i>No Evidence</i>	0
<i>Time Frame</i>	<i>Future</i>	2
	<i>Present</i>	2
	<i>Past</i>	1
	<i>No Time Frame</i>	0
<i>Specificity</i>	<i>Specific</i>	1
	<i>General</i>	0

Sumber: Djajadikerta & Trireksani, 2012

Semua bagian dalam pengungkapan sosial dan lingkungan pada *website* perusahaan dianalisis. Jika tidak ada praktik Pengungkapan Sosial dan Lingkungan pada tema tertentu, nilai 0 diberikan. Jika ada pengungkapan pada tema tertentu, pengungkapan tersebut dianalisis lebih lanjut dengan menilai setiap

dimensinya berdasarkan komponen penilaian pada tabel 3.1. Penilaian pada tiap dimensi disusun berdasarkan urutan dan setiap dimensi hanya diwakili oleh satu item penilaian. Misalnya pada tema *environment*, dilihat dari dimensi *evidence* dijelaskan pengungkapan yang bersifat moneter/kuantitatif, lalu dari dimensi *time frame* membahas peristiwa yang dilakukan saat ini (*present*), dan dari dimensi *specificity* pengungkapan dijelaskan secara spesifik sehingga nilai yang diberikan untuk pengungkapan dengan tema *environment* adalah 6 atau nilai maksimal. Apabila dalam satu dimensi terdapat dua item penilaian, maka item yang digunakan adalah item dengan nilai tertinggi. Misalnya pada dimensi *evidence* terdapat pengungkapan yang bersifat moneter dan non-moneter, maka item yang diambil adalah item dengan nilai tertinggi, yaitu pengungkapan yang bersifat moneter. Nilai pengungkapan pada setiap tema berkisar antara 0-6 dengan nilai 6 sebagai nilai tertinggi dari komponen pengungkapan. Jadi total nilai dari setiap pengungkapan perusahaan berkisar antara 0-48 setiap perusahaan.

3.1.2 Jenis Perusahaan

Jenis Perusahaan adalah pengklasifikasian perusahaan berdasarkan karakteristik/ciri tertentu yang ada pada sebuah perusahaan. Jenis perusahaan dalam penelitian ini diklasifikasi berdasarkan sensitivitasnya terhadap lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Kemudian jenis perusahaan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu perusahaan *High Profile* dan perusahaan *Low Profile*. Perusahaan *High Profile* adalah perusahaan yang memiliki sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan (Sembiring, 2005). Penelitian ini akan menggunakan variabel *dummy* untuk mengklasifikasikan jenis perusahaan. Nilai 1 akan diberikan untuk

perusahaan *High Profile*, yaitu perusahaan yang bergerak di bidang perminyakan & pertambangan, kimia, hutan, kertas, agrobisnis, tembakau & rokok, makanan & minuman, media & komunikasi, kesehatan, transportasi, dan pariwisata. Nilai 0 akan diberikan untuk perusahaan yang *Low Profile*, meliputi bidang bangunan, keuangan & perbankan, supplier peralatan medis, retailer, tekstil & produk tekstil, produk personal dan produk rumah tangga.

3.1.3 Profitabilitas

Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Konsisten dengan penelitian sebelumnya (Sembiring, 2005), maka profitabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan pendapatan per lembar saham (*Earning per share*). *Earning per share* (EPS) digunakan dalam penelitian ini karena EPS merupakan ukuran yang melekat secara langsung dengan *shareholder*. Informasi tentang EPS bisa didapat dari laporan tahunan atau *company profile* dari tiap perusahaan.

3.1.4 Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh investor asing. Kepemilikan asing dalam penelitian ini menggunakan persentase kepemilikan saham asing dalam suatu perusahaan (Machmud & Djakman, 2008). Apabila terdapat lebih dari satu investor asing yang memiliki saham perusahaan, maka kepemilikan saham diukur dengan menghitung total seluruh saham yang dimiliki oleh seluruh milik investor asing dibagi total saham yang beredar.

$$KA = \frac{\text{Total saham yang dimiliki investor asing}}{\text{Total saham yang beredar}}$$

3.1.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan penentuan besaran dimensi dari suatu perusahaan. Pada penelitian ini ukuran perusahaan diukur berdasarkan total aset yang dimiliki perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Total aset digunakan sebagai proksi ukuran perusahaan karena nilai total aset relatif lebih stabil dan representatif dalam menunjukkan ukuran perusahaan dibandingkan dengan ukuran lain (Sudarmadji dan Sularto, 2007).

3.1.6 Umur Perusahaan

Umur perusahaan dapat diartikan sebagai lama perusahaan sejak menawarkan sahamnya kepada publik atau *Initial Public Offering* (IPO) hingga tahun 2011 dan 2012. Informasi ini dapat diperoleh dalam *website* Bursa Efek Indonesia atau dalam laporan tahunan perusahaan. Ringkasan dari variabel penelitian dan definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini disajikan pada tabel 3.2.

Tabel 3.2
Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Cara Ukur
Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan melalui <i>website</i> perusahaan	Tingkat Pengungkapan Sosial dan Lingkungan yang dilakukan perusahaan melalui media <i>website</i>	Diukur menggunakan panduan pada tabel 3.1 untuk masing-masing tema. Nilai antara 0-48
Jenis Perusahaan	Pengklasifikasian perusahaan berdasarkan karakteristik/ciri tertentu yang ada pada sebuah perusahaan	Diukur dengan variabel dummy. <i>High Profile</i> = 1, <i>Low Profile</i> = 0
Profitabilitas	Kemampuan perusahaan	<i>EPS</i>

	untuk menghasilkan laba	
Kepemilikan Asing	Persentase kepemilikan saham oleh pihak asing	Total saham yang dimiliki pihak asing dibagi total saham beredar
Ukuran Perusahaan	Penentuan besaran dimensi suatu perusahaan	Total Aset
Umur Perusahaan	Lama perusahaan menawarkan saham di bursa efek	Dihitung dari tahun IPO (<i>Initial Public Offering</i>) sampai tahun 2011 dan 2012

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011 dan 2012. Penggunaan data selama dua tahun ini dipilih karena pada dua tahun itu banyak perusahaan yang melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan di *website*-nya. Selain itu, penggunaan data selama dua tahun (*pool data*) dapat digunakan untuk menganalisis konsistensi perusahaan dalam melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan melalui media *website*.

Jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan dengan menggunakan pedoman dari Roscoe (1975) dalam Uma Sekaran (2000) yang menyatakan bahwa pada penelitian *multivariate* jumlah sampel sebaiknya sepuluh kali dari jumlah variabel dalam penelitian. Kemudian sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode *random sampling* (sampel acak). Sampel dipilih dengan cara undian, yaitu dengan menuliskan nama perusahaan pada kertas-kertas kecil, kemudian kertas disebar lalu diambil secara acak. Nama-nama perusahaan yang tertera pada kertas yang diambil itulah yang dijadikan sampel penelitian. Namun

apabila *website* perusahaan yang dijadikan sampel tidak dapat diakses maka kertas dapat diambil lagi untuk menggantikan perusahaan tersebut.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Sekaran (2000) data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber-sumber yang ada melalui beberapa media perantara. Jenis data sekunder ini dipilih karena data yang dibutuhkan berupa data kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah berupa publikasi laporan tahunan masing-masing perusahaan per Desember 2011-2012 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan asing. Kemudian variabel jenis perusahaan dan umur perusahaan dapat dilihat dari *company profile* dari setiap perusahaan. Sedangkan variabel pengungkapan sosial dan lingkungan diambil dari *website* masing-masing perusahaan.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua cara yaitu dengan cara studi dokumentasi atau penelusuran dokumen dan pengamatan *website* perusahaan. Pengumpulan data dengan cara studi dokumentasi ini dilakukan dengan menelusuri laporan tahunan dan *company profile* perusahaan. Kemudian pengamatan pada *website* perusahaan dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu:

1. Melihat alamat *website* yang tercantum dalam *website* BEI.
2. *Website* perusahaan yang tidak tercantum dalam BEI dicari dengan menggunakan mesin pencari (*search engine*) yaitu Google.

3. Jika *website* perusahaan tidak ditemukan baik di BEI maupun di *search engine*, perusahaan dianggap tidak memiliki *website*.
4. Alamat *website* yang sudah ditemukan kemudian ditelusuri untuk menguji aksesibilitasnya.
5. Perusahaan yang memiliki *website* dan mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan dianggap melakukan praktik pengungkapan sosial dan lingkungan. Kemudian pengungkapan tersebut dianalisis untuk menilai luas pengungkapannya. Sebagai panduan akan digunakan *check list* untuk item-item yang berkaitan dengan pengungkapan sosial dan lingkungan.

3.5 Metode Analisis

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran tentang variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Kemudian dilakukan uji asumsi klasik untuk menyelidiki ada tidaknya kelainan data. Setelah itu, dilakukan uji kelayakan model. Yang terakhir adalah uji hipotesis. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.5.1 Analisis Regresi Berganda

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda (*multiple regression*). Regresi linier berganda digunakan karena variabel independen (bebas) dalam penelitian ini lebih dari satu dan data variabel dependen (terikat) bersifat metrik/numerik. Sebelum melakukan analisis regresi linear

berganda, perlu dilakukan uji asumsi klasik untuk mengidentifikasi ada tidaknya kelainan pada data (Ghozali, 2011).

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Luas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan melalui *website* perusahaan yang dalam penelitian ini disimbolkan dengan kode CSED. Variabel independen yang digunakan yaitu jenis perusahaan (JP), profitabilitas (EPS), kepemilikan asing (KA), ukuran perusahaan (TA), dan umur perusahaan (UP). Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$CSED = \beta_0 + \beta_1JP - \beta_2EPS + \beta_3KA + \beta_4TA + \beta_5UP + e$$

Keterangan :

CSED	: Indeks pengungkapan sosial dan lingkungan melalui <i>Website</i> Perusahaan
JP	: Jenis Perusahaan
EPS	: <i>Earning Per Share</i>
KA	: Kepemilikan Asing
TA	: Total Aset
UP	: Umur Perusahaan
β_0	: <i>Intercept</i>
β_1, \dots, β_5	: Koefisien Regresi
e	: <i>error</i>

3.5.2 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), deviasi standar, varian, nilai maksimum, nilai minimum, sum, *range*, kurtosis dan *skewness* (Ghozali, 2011).

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini ialah Uji Multikolonieritas, Uji Autokorelasi, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Normalitas.

1. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Multikolonieritas dapat dilihat dengan menganalisis nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) atau nilai *tolerance*. Model Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Suatu model regresi menunjukkan adanya multikolonieritas jika nilai *Tolerance* < 0,1 atau nilai VIF > 10.

2. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2011).

Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan melakukan Uji Durbin-Watson (*DW test*). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3
Durbin-Watson Test

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4-dl < d < 4$

Tidak ada autokorelasi negatif	Tidak ada keputusan	$4-du \leq d \leq 4-dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4-du$

Sumber: Ghozali, 2011

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Park. Uji park dilakukan dengan mengkuadratkan nilai residual kemudian nilai kuadrat residual tadi dilogaritma naturalkan. Kemudian hasilnya diregresikan dengan variabel independen. Dasar analisis yang digunakan dalam Uji Park ini adalah sebagai berikut, jika nilai signifikansi dari sebagian besar variabel dalam model lebih dari batas signifikansi maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid. Penelitian ini menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Pada uji ini variabel-variabel yang mempunyai *asympt. Sig (2-tailed)* di bawah tingkat

signifikan sebesar 0,05 berarti variabel-variabel tersebut memiliki distribusi tidak normal dan sebaliknya (Ghozali, 2011).

3.5.4 Uji Kelayakan Model / *Goodness of Fit*

3.5.4.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol hingga satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Bila terdapat nilai *adjusted* R^2 bernilai negatif, maka nilai *adjusted* R^2 dianggap bernilai nol.

3.5.4.2 Uji Statistik F

Uji Statistik F bertujuan untuk mengukur apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Uji ini juga berfungsi untuk melihat apakah model regresi yang digunakan baik atau tidak.

Pengujian secara simultan ini dilakukan dengan cara membandingkan antara tingkat signifikansi F dari hasil pengujian dengan nilai signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini. Kriteria pengujian simultan terhadap variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika tingkat signifikansi F yang diperoleh dari hasil pengolahan nilainya lebih kecil dari nilai signifikansi yang digunakan yaitu sebesar lima persen maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika tingkat signifikansi F yang diperoleh dari hasil pengolahan nilainya lebih besar dari nilai signifikansi yang digunakan yaitu sebesar lima persen maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.6 Pengujian Hipotesis

3.6.1 Uji Statistik t

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individual. Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Uji yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji t. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai t hitung masing-masing koefisien dengan t tabel, dengan tingkat signifikansi 5%. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 tidak dapat ditolak. Ini berarti bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a tidak dapat ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%.
Jika tingkat signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak. Jika tingkat signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis tidak dapat ditolak.