

PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN, *SIZE*, PROFITABILITAS,
UKURAN DEWAN KOMISARIS, *PROFILE*, *LEVERAGE*, dan
KONSENTRASI KEPEMILIKAN PERUSAHAAN *TERHADAP CSR*
DISCLOSURE DI PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) tahun 2010-2012



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

RAMANITYA KHADIFA

NIM. C2C607122

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2014

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Ramanitya Khadifa

Nomor Induk Mahasiswa : C2C607122

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN, *SIZE*,
PROFITABILITAS, UKURAN DEWAN
KOMISARIS, *PROFILE*, *LEVERAGE*, dan
KONSENTRASI KEPEMILIKAN
PERUSAHAAN TERHADAP *CSR DISCLOSURE*
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
(BEI) tahun 2010-2012**

Dosen Pembimbing : Anis Chariri, SE, M.Com, Ph.D, Akt.

Semarang, 22 Agustus 2014

Dosen Pembimbing,

(Anis Chariri, SE, M.Com, Ph.D, Akt.)

NIP. 19670809 199203 1001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Ramanitya khadifa

Nomor Induk Mahasiswa : C2C607122

Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN, *SIZE*,
PROFITABILITAS, UKURAN DEWAN
KOMISARIS, *PROFILE*, *LEVERAGE*, dan
KONSENTRASI KEPEMILIKAN
PERUSAHAAN TERHADAP *CSR DISCLOSURE*
DI PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
(BEI) tahun 2010-2012**

Dosen Pembimbing : Anis Chariri, SE, M.Com, Ph.D, Akt.

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 29 Agustus 2014

Tim Penguji:

1. Anis Chariri, SE, M.Com, Ph.D, Akt. (.....)
2. Drs. Daljono., M.Si, Akt. (.....)
3. Drs. Didik Ardiyanto., M.Si, Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Ramanitya Khadifa, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN, SIZE, PROFITABILITAS, UKURAN DEWAN KOMISARIS, PROFILE, LEVERAGE, dan KONSENTRASI KEPEMILIKAN PERUSAHAAN TERHADAP CSR DISCLOSURE PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) tahun 2010-2012.** adalah tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

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

Semarang, 22 Agustus 2014
Yang membuat pernyataan,

Ramanitya Khadifa
NIM. C2C607122

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

- “Ada mutu ada harga”
- “Apa yang akan anda panen adalah apa yang anda tanam sebelumnya..”
- “Sukses bukan diukur dari uang yang kamu dapat, tapi berapa jauh kamu mencapai tujuan hidupmu .”
-
- “It’s not about how you start, it’s about how you end that matters most.”
(Merry Riana)
- “Ketika anda sampai tujuan, pikirkan bagaimana proses anda mencapainya”
- “Mensyukuri adalah harga mati untuk apa yang anda sebut kaya””

Skripsi ini saya persembahkan
untuk :

- Allah SWT
- Kedua orang tuaku tercinta
- Keluarga besarku
- Dia yang selalu mendampingiku
“A.L.P”
- Teman-temanku “
- Almamaterku.

ABSTRACT

the aim of this research was to examine the effect of environmental performance, company size, profitability, profile, size of board commissioner, leverage, and concentration of corporate ownership toward corporate social responsibility (CSR) disclosure of manufacturing company. Dependent variable in this research was CSR disclosure.

The population of this research is all of the manufacturing company listed in Indonesia Stock Exchange during 2010-2012. Total sample of this research was 104 companies. The collection of research data used purposive sampling method. the data analysis method used is analysis regression and descriptive statistics.

The result showed that partially environmental performance and profile has significantly influence toward CSR disclosure. meanwhile partially company size, profitability,, board of commissioners, and leverage was not significantly influence toward CSR disclosure. and the last is concentration of corporate ownership has negative significant influence toward CSR disclosure.

Keywords : corporate social responsibility (CSR), environment performance, size, profile, profitability, size of board commissioners, leverage, and company concentration of corporate ownership

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kinerja lingkungan, size perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, profile, leverage, dan konsentrasi kepemilikan terhadap *corporate social responsibility (CSR) disclosure* pada perusahaan manufaktur. Variabel dependen pada penelitian ini adalah *CSR disclosure*.

Populasi dari penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang tercatat (*go-public*) di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012. Total sampel pada penelitian ini berjumlah 104 perusahaan. Metode pengambilan sampel yaitu dengan *purposive sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi dan statistik deskriptif untuk analisis data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kinerja lingkungan dan *profile* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *CSR disclosure*. Sementara itu secara parsial ukuran perusahaan, *size*, profitabilitas, dewan komisaris, dan *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *CSR disclosure*. Dan yang terakhir struktur kepemilikan perusahaan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *CSR disclosure*.

Kata kunci : *corporate social responsibility (CSR)*, kinerja lingkungan, karakteristik perusahaan, *size*, *profile*, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, *leverage*, konsentrasi kepemilikan

KATA PENGANTAR

Puji syukur hanya kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya. Sungguh pertolongan dan kasih sayang-Nya sungguh besar sehingga dapat tersusun skripsi yang berjudul **“PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN, *SIZE*, PROFITABILITAS, UKURAN DEWAN KOMISARIS, *PROFILE*, *LEVERAGE*, dan KONSENTRASI KEPEMILIKAN TERHADAP *CSR DISCLOSURE* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR PADA BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2010-2012”**. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan akademis dalam menyelesaikan studi Program Sarjana S-1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis sangat menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini, penulis dengan ketulusan hati mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si, Akt, PhD. Selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro beserta para Pembantu Dekan dan stafnya.

2. Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, M.Si, Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
3. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Rohman, S.E., M.Si., Akt. selaku dosen wali yang telah membimbing dan memberi pengarahan kepada penulis dari awal sampai akhir kuliah di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
4. Bapak Anis Chariri, SE, M.Com, Ph.D, Akt. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan saran, bimbingan, masukan, arahan, dan motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, khususnya Jurusan Akuntansi Universitas Diponegoro atas segala ilmu yang diberikan.

Ucapan terima kasih juga ditunjukkan kepada orang-orang terdekat penulis yang telah memberikan dukungan baik moral maupun material selama kuliah di jurusan akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNDIP, terutama untuk :

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Hasan Munawar dan Ibu Tuti Heri Purwati atas kasih sayang, bimbingan, do'a serta dukungan yang tak pernah terputus kepada penulis.
2. Adik-adikku tersayang, Candrika Ramadhani dan Dini Esfandiari terima atas dukungan yang diberikan.
3. Awiet Laras Pristiani yang selalu mendampingi, menyemangati, dan memotivasi.
4. Seluruh keluarga besarku, yang telah memberikan do'a dan dukungannya.

5. GPS n'friend yang selalu mengusir sepi (Widy Sasongko, Icha Sasongko Bambang Wijoseno, Bima Eka Sakti, Satria Valentino, Arief Bakhtiar Efendi, Amirul Sofi Nurjay, Frino Rahardhinata, Aa Budi, Bang Edy dll.).
6. Teman perjuangan angkatan pertama (H.H Prabadjati, Yudin Wibisono, Om Reno, Ido Galvano, Adi Prasetyo, Ubaedi Bukhori, Mas Ozan dll).
7. Teman-teman Akuntansi Reguler 2 Kelas B Angkatan 2007 khususnya *Team Magic* yang selalu memotivasi, memberikan keceriaan, memberi dukungan, ada dalam susah maupun sedih: Gema, Danu, Dion, Indra, Jo, Inug dan Egy. Terima kasih atas persahabatan yang tak akan pernah terlupakan, dukungan serta semangat yang tak henti kepada penulis.
8. Teman-teman seperjuangan yang selalu memotivasi dan memberi semangat Astutik M. dll.
9. Teman-teman KKN 2012 Desa Brayu, Kecamatan Wonotunggal, Kabupaten Batang.
10. Perpustakaan FE UNDIP yang telah menyediakan semua materi dalam penyusunan skripsi.
11. Kepada pihak-pihak lain yang tidak mungkin disebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan baik secara langsung maupun tidak langsung atas kelancaran penyusunan tugas penelitian ini.

Penulis sadar dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan sebagai masukan yang berharga.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang berkepentingan.

Semarang, 20 Agustus 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1

1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Rumusan Masalah.....	13
1.3	Tujuan Penelitian.....	14
1.4	Kegunaan Penelitian	15
1.5	Sistematika Penulisan	16
BAB II	TELAAH PUSTAKA.....	17
2.1.1	Teori Agensi	17
2.1.2	Teori Signal	20
2.1.3	Decision usefulness studies	21
2.1.4	Economic theory studies.....	22
2.1.5	Social and Political theory studies	22
2.2	Pengungkapan (Disclosure)	23
2.3	Corporate Social Responsibility	25
2.4	CSR disclosure	28
2.5	Kinerja lingkungan perusahaan	31
2.6	Size	32

2.7	Profitabilitas	33
2.8	Profile	33
2.9	Ukuran Dewan Komisaris	34
2.10	Leverage.....	35
2.11	Konsentrasi kepemilikan.....	35
2.12	Penelitian terdahulu	36
2.13	Kerangka pemikiran.....	40
2.14	Perumusan Hipotesis	44
2.14.1	Hubungan kinerja lingkungan dengan CSR	44
2.14.2	Hubungan size dengan CSR	45
2.14.3	Hubungan profitabilitas dengan CSR.....	46
2.14.4	Hubungan profile dengan CSR.....	48
2.14.5	Hubungan ukuran dewan komisaris dengan CSR..	50
2.14.6	Hubungan leverage dengan CSR	51
2.14.7	Hubungan konsentrasi kepemilikan dengan CSR..	52
BAB III	METODE PENELITIAN.....	53

3.1	Variabel penelitian.....	53
3.2	Definisi operasioanl variabel.....	53
3.2.1	CSR disclosure.....	53
3.2.2	Kinerja lingkungan.....	54
3.2.3	Size.....	55
3.2.4	Profitabilitas.....	55
3.2.5	Profile.....	56
3.2.6	Ukuran dewan komisaris.....	57
3.2.7	Leverage.....	58
3.2.8	Konsentrasi kepemilikan.....	58
3.3	Populasi dan sampel.....	58
3.4	Jenis dan sumber data.....	59
3.4.1	Jenis data.....	59
3.4.2	Sumber data.....	60
3.5	Metode pengumpulan data.....	60
3.6	Metode analisis.....	60

3.6.1	Uji asumsi klasik.....	60
3.6.2	Uji regresi parsial (uji T)	64
3.6.3	Uji koefisien determinasi (R^2)	64
3.6.4	Uji regresi simultan (Uji F)	65
3.6.5	Uji hipotesis	65
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1	Deskripsi variabel penelitian.....	67
4.2	Analisis data	71
4.2.1	Pengujian asumsi klasik	71
4.2.1.1	Uji normalitas	71
4.2.1.2	Uji multikolinieritas	73
4.2.1.3	Uji heteroskedastisitas.....	74
4.2.1.4	Uji autokorelasi.....	75
4.2.2	Pengujian hipotesis.....	77
4.2.2.1	Analisis regresi berganda	77
4.2.2.2	Uji model (uji -F)	78

4.2.2.3	Koefisien determinasi.....	79
4.2.2.4	uji t	80
4.3	Pembahasan	83
BAB V PENUTUP		92
5.1	Kesimpulan	92
5.2	Implikasi	93
5.3	Keterbatasan penelitian.....	93
5.3	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN		98

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 4.1 Perincian sampel.....	67
Tabel 4.2 Deskripsi variabel penelitian	68
Tabel 4.3 Profile perusahaan	70
Tabel 4.4 Uji normalitas multivariate.....	72
Tabel 4.5 Uji multikolinieritas	73
Tabel 4.6 Uji autokorelasi	76
Tabel 4.7 Hasil uji regresi	77
Tabel 4.8 Uji statistik F	78
Tabel 4.9 Koefisien determinasi	79

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tingkatan Tanggung Jawab Perusahaan	27
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 4.1 Uji Normalitas Multivariate	72
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	75

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

LAMPIRAN Daftar kode dan nama perusahaan, Item GRI, Hasil Olah Data

..... 94

BAB 1

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya zaman, sektor perindustrian di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat. Banyak industri-industri baru bermunculan dan perusahaan-perusahaan besar mulai meluaskan jaringannya di Indonesia. Pada sektor ini Indonesia memang mempunyai kawasan yang strategis dan sangat mendukung karena terkenal dengan murah nya biaya tenaga kerja, dataran yang luas, dan sumber daya alam melimpah yang membuat banyak perusahaan mempunyai kesempatan yang besar untuk mendapatkan banyak keuntungan dan laba yang maksimal.

Masyarakat mulai sadar akan dampak-dampak sosial yang ditimbulkan perusahaan terhadap lingkungan yang semakin sulit dikendalikan karena operasi perusahaan dalam rangka mencapai laba maksimal yang semakin agresif. Protes karyawan terhadap perusahaan sering terjadi akhir-akhir ini, mereka menuntut agar perusahaan lebih memperhatikan kesejahteraan mereka karena upah yang mereka terima dinilai terlalu rendah dan fasilitas-fasilitas kesejahteraan yang perusahaan berikan kepada karyawan dianggap tidak memenuhi kelayakan.

Menurut Gray *et. al.*, (1987) dalam Sembiring (2005) tumbuhnya kesadaran publik akan peran perusahaan di tengah masyarakat melahirkan kritik karena menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat *safety* produk, serta hak dan status tenaga kerja. Tekanan dari berbagai pihak memaksa perusahaan untuk menerima tanggung jawab atas dampak aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat. Perusahaan dihimbau untuk bertanggung jawab terhadap pihak yang lebih luas dari pada kelompok pemegang saham dan kreditur saja.

Berkembangnya Negara Indonesia yang secara signifikan ditunjukkan dengan banyaknya pembangunan-pembangunan di sektor industri ternyata mempunyai dampak yang cukup besar terhadap alam dan lingkungan masyarakat sekitar tempat industri. Perusahaan tidak lagi dihadapkan pada aspek keuntungan secara ekonomis saja, namun perusahaan juga harus memperhatikan dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan dan sosial, disamping kegiatannya dalam rangka menghasilkan keuntungan, perusahaan juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungan sekitar karena keberlangsungan perusahaan (*sustainable*) tidak semata-mata diukur dengan kesehatan finansialnya saja melainkan banyak faktor yang mempengaruhi salah satunya adalah bentuk pertanggung jawaban perusahaan terhadap alam, sosial dan lingkungan sekitar. Keberlanjutan akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan aspek terkait lainnya, yaitu aspek sosial dan lingkungan (Rudito, Budimanta, Prasetijo: 2004)

Dalam hal ini perusahaan manufaktur dianggap mempunyai peluang yang besar akan terjadinya permasalahan perusakan dan pencemaran lingkungan, kesejahteraan pekerja, maupun masalah dengan masyarakat lingkungan sekitar perusahaan karena perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang dalam operasionalnya paling sering berinteraksi terhadap masyarakat maupun lingkungan. Sedangkan pengertian dari perusahaan manufaktur itu sendiri adalah perusahaan yang didalamnya terjadi proses industri untuk mengolah bahan mentah menjadi barang jadi yang siap untuk dipasarkan.

Beberapa contoh kasus permasalahan sosial dan lingkungan yang diakibatkan oleh perusahaan manufaktur di Indonesia :

1. PT Indrayon, yakni sebuah perusahaan pabrik kertas di Sumatera Utara, kebangkrutan PT Indrayon dikarenakan buruknya tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan sehingga hutan pinus yang berada disekitar danau Toba yang menjadi sumber utama bahan baku kertas perusahaan tersebut mengalami kerusakan. Hal tersebut menimbulkan kerusakan lingkungan hutan dan mengganggu sistem tata air di sekitar danau Toba. Permukaan danau Toba sempat mengalami penurunan tajam sehingga mempengaruhi penghasilan masyarakat peternak ikan di sekitar danau Toba. Masyarakat sekitar merasa marah dan menghentikan secara paksa aktivitas perusahaan, akibatnya PT Indrayon tidak dapat beroperasi karena hubungan

yang tidak baik dengan masyarakat sekitar lokasi bahan baku (Putri, Widyono, 2013)

2. Kasus Nike datang dari PT Hardaya Aneka Shoes Industri (HASI) dan PT Naga Sakti Paramashoes (NASA). NASA dan HASI adalah dua pabrik yang selama ini memproduksi sepatu Nike, namun dengan alasan yang tidak jelas memutuskan kontrak. Pegawai kedua perusahaan tersebut yang jumlahnya mencapai 14.000 orang pun dibuat gelisah, mereka semua terancam di PHK. Surat pemutusan kontrak datang pada tanggal 6 Juli 2007, dan menyatakan bahwa kontrak akan berakhir tahun 2008. CEO HASI, Ibu Hartati beranggapan Nike hanya mengada-ada tentang pemutusan kontrak, HASI termasuk sebagai 15 besar pabrik Nike dengan performa terbaik, bahkan return produk hanya 2%. Nilai tersebut jauh lebih kecil dibanding pabrik Nike lain yang mencapai 11-12%. Semua tuntutan Nike terhadap kinerja hanya masalah administratif, dan terkesan tidak masuk akal. Ibu Hartati yakin bahwa standard produk dari HASI dan NASA sudah sangat memenuhi permintaan NIKE. Jadi tidak mungkin pemutusan kontrak terjadi karena kualitas buruk (Anonim, 2011) dalam (Eka S, 2011).
3. Kasus penganiayaan pekerja juga terjadi di PT Amara, pabrik Nike yang juga memproduksi converse. Para supervisor dengan sengaja menjemur 6 orang pekerja perempuan mereka dibawah terik matahari saat mereka gagal menyelesaikan target 60 lusin sepatu di waktu yang telah ditentukan. Ketika 6 perempuan tersebut menangis, setelah dijemur selama 2 jam dibawah terik

matahari, mereka kembali diijinkan untuk bekerja. Supervisor PT Amara sebenarnya telah mendapatkan surat peringatan dari serikat pekerja tentang peristiwa tersebut. Namun kasus yang sama terus berulang (Megasari, 2011).

4. kasus kontraktor nike di Karawang, Jawa Barat, PT Chang Shin (PT CS). Perusahaan ini telah memproduksi Nike selama satu tahun, produk Nike yang mereka produksi ada dua jenis yaitu untuk running shoes dan sepatu anak-anak. Seorang pekerja mereka Pak Karyana terpilih menjadi pimpinan serikat pekerja di PT CS, namun tidak ada fasilitas apapun yang diterima Pak Karyana untuk memimpin serikat pekerja disana. Pak Karyana menjadi target intimidasi oleh manajemen perusahaan. Akibat tingkah laku Pak Karyana yang selalu mengkritisi isu-isu pekerja di PT CS membuat manajemen mengambil sikap untuk membubarkan serikat pekerja. Pak Karyana juga diancam oleh manajer disana dan dituntut dengan Pasal 158 Poin E. Pak Karyana masih terus diintimidasi sampai sekarang (Keady, 2011).

Kasus-kasus di atas menunjukan adanya ketidakselarasan sosial antara perusahaan dan masyarakat. Banyak keluhan-keluhan yang ditujukan kepada perusahaan dimana perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Selain itu tekanan dari berbagai pihak luar mendesak perusahaan agar menerima tanggung jawab dari dampak aktivitas bisnis terhadap masyarakat karena mereka berharap perusahaan tidak hanya bertanggung jawab

kepada investor dan manajemen, tetapi juga pada masyarakat yang lebih luas (Hackston dan Milne, 1996 dalam Sembiring, 2003).

Atas dasar fenomena masalah yang terjadi pada perusahaan-perusahaan khususnya perusahaan manufaktur yang jika dilihat dari produksi perusahaan manufaktur mau tidak mau akan menghasilkan limbah produksi dan hal ini berhubungan erat dengan masalah pencemaran lingkungan, banyaknya kebutuhan tenaga kerja yang secara langsung berkaitan dengan tingkat kesejahteraan karyawan, dan jalannya kegiatan perusahaan yang dapat memberi dampak gangguan terhadap masyarakat sekitar, dibutuhkan alat pengendali agar keberlangsungan operasi perusahaan tidak menyebabkan dampak buruk terhadap alam lingkungan dan sosial juga agar tercipta peradaban yang seimbang antara perkembangan sektor industri di Indonesia terhadap keberlanjutan warisan alam yang akan diteruskan kepada generasi penerus. . Selain itu perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang menjual produk kepada konsumen (masyarakat) sehingga isu keselamatan dan keamanan produk menjadi penting untuk diungkapkan kepada masyarakat.

Di Indonesia sendiri kelestarian lingkungan sudah menjadi kebijakan pemerintah pada setiap periode. Pada Pelita ketujuh melalui TAP MPR No. II/MPR/1998 tentang GBHN, dinyatakan "Kebijakan sektor Lingkungan Hidup, antara lain mengenai pembangunan lingkungan hidup diarahkan agar lingkungan hidup tetap berfungsi sebagai pendukung dan penyangga ekosistem kehidupan dan terwujudnya keseimbangan, keselarasan dan keserasian yang dinamis antara sistem

ekologi, sosial ekonomi, dan sosial budaya agar dapat menjamin pembangunan nasional yang berkelanjutan" (GBHN, 1998). Begitu juga Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup pasal 5 menyatakan 1) setiap orang mempunyai hak yang sama atas lingkungan hidup yang baik dan sehat, 2) setiap orang mempunyai hak atas informasi lingkungan hidup yang berkaitan dengan peran dalam pengelolaan lingkungan hidup, 3) setiap orang mempunyai hak untuk berperan dalam rangka pengelolaan lingkungan hidup sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Adalah CSR (*Corporate social Responsibility*) yang kini marak dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk pertanggung jawabannya terhadap lingkungan dan sosial. CSR adalah program perusahaan untuk menciptakan keadaan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan lingkungan sekitar, maupun sosial yang berinteraksi dengan perusahaan baik langsung maupun tidak langsung. Guthrie dan Mathews (Sembiring, 2005) menyebutkan "Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan". Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) sendiri merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, tanggung jawab sosial, dan lingkungan yang berlaku bagi perseroan yang mengelola/memiliki dampak terhadap sumber daya alam dan tidak dibatasi kontribusinya serta dimuat dalam laporan keuangan. Ikatan Akutansi Indonesia (IAI)

dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 (revisi 2009) paragraf kedubelas juga secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah sosial sebagai berikut :

“Entitas dapat pula menyajikan terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peran penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan.”

Informasi tentang tanggung jawab perusahaan yang sekarang menjadi kewajiban bagi setiap perusahaan ternyata sangat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan karena informasi tersebut digunakan sebagai dasar bagi mereka yang berhubungan dengan perusahaan secara langsung maupun tidak langsung diantaranya yaitu para investor dan calon investor sebagai dasar pengambilan keputusan investasi, karyawan perusahaan sebagai bahan dasar untuk memperkirakan keberlangsungan nasib mereka bekerja di dalam perusahaan, para pihak eksternal baik yang berhubungan langsung maupun tidak langsung yang menggunakan laporan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai bahan acuan dasar untuk mengawasi dan mengontrol jalannya kegiatan perusahaan agar dapat menciptakan keadaan yang serasi antara perusahaan dan lingkungan sosial sekitar, hal ini sesuai dengan yang tertera dalam Undang-Undang Pasar Modal No. 8 tahun 1995 pasal 1: Informasi atau fakta material adalah informasi atau fakta penting dan relevan mengenai peristiwa, kejadian atau fakta yang dapat mempengaruhi harga efek pada Bursa Efek, dan atau keputusan

pemodal, calon pemodal atau pihak lain yang berkepentingan atas informasi atau fakta tersebut.

Berbagai penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak dilakukan, para peneliti memasukkan variabel-variabel yang dianggap mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan untuk dicari seberapa signifikan hal tersebut mempengaruhinya. Berbagai penelitian tersebut menunjukkan keanekaragaman hasil, seperti penelitian Rakhiemah dan Agustia (2009), meneliti tentang pengaruh kinerja lingkungan terhadap *CSR* dan kinerja finansial pada industri manufaktur di BEI. Hasil dari penelitian adalah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap *CSR*, akan tetapi kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja finansial dan *CSR* tidak berpengaruh terhadap kinerja finansial, kemudian Permana (2012) juga melakukan penelitian apakah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap *CSR* disclosure dan hasil menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap *CSR* disclosure, akan tetapi dengan perbedaan kondisi lingkungan dan pola hidup masyarakat yang berbeda apakah variabel ini tetap konsisten berpengaruh secara signifikan terhadap *CSR* disclosure.

Penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara *size* perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Gunawan (2000), Hasibuan (2001), Sembiring (2003), Sembiring (2005), Rosmasita (2007), Permana (2012) dan berpengaruh secara simultan pada hasil penelitian yang

dilakukan Sulastini (2007). Sedangkan Singh dan Ahuja (1983) dalam Gray *et. al.*, (2001) tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut. Keanekaragaman hasil tersebut sebagian disebabkan karena model yang dikembangkan merupakan model yang sangat sederhana dan pengukuran yang digunakan juga tidak konsisten (Belkaoui dan Karpik, 1989 dalam Sembiring, 2005).

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan profitabilitas juga mempunyai hasil yang bermacam-macam. Misalnya Sembiring (2005) dan Permana (2012) menemukan bahwa profitabilitas mempunyai hubungan yang signifikan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, selain itu Sulastini (2007) menemukan bahwa *Size* perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan *profile* secara simultan berpengaruh terhadap pertanggungjawaban sosial perusahaan. Beda halnya dengan itu Yuliana, Purnomosidhi, dan Sukoharsono (2008) justru menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap tingkat keluasan pengungkapan CSR, Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Hackstone dan Milne (1996) serta Sembiring (2003). Analisis ini bergantung pada prosedur akuntansi yang digunakan untuk menyediakan informasi tersebut. Bila melakukan perbandingan antar perusahaan, harus diingat bahwa prosedur akuntansi yang digunakan suatu perusahaan mungkin berbeda dengan prosedur akuntansi yang digunakan perusahaan lain (Pierce dan Robin 1997, 257).

Dalam Permana (2012) menyebutkan bahwa salah satu cara untuk mengatasi berbagai masalah diatas adalah dengan memasukan Dewan Komisaris dalam susunan

organisasi, yang diambil dari dalam maupun dari luar lingkungan perusahaan. 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. Alasan yang mendasari bahwa dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial adalah karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam perusahaan.

Dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan akan dipandang lebih baik, karena dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan akan mempunyai pandangan yang lebih perspektif terhadap perusahaan, mereka dinilai dapat menjadi pengontrol perusahaan yang baik dan dapat menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan perusahaan lebih objektif dibanding dengan perusahaan dengan susunan dewan komisaris yang hanya berasal dari dalam perusahaan saja. Dari penelitian yang sudah dilakukan oleh Sembiring (2005) ditemukan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, jumlah dewan komisaris dan semakin kompleksnya susunan dewan komisaris suatu perusahaan dapat mempengaruhi kinerja dan tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan yang berada di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan. Lain halnya dengan itu Yuliana, Purnomosidhi, dan Sukoharsono (2008)

dan Permana (2012) menemukan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap *CSR disclosure*.

Dalam hubungan antara *profile* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga terjadi ketidak konsistenan hasil. Di Indonesia, Utomo (2000) melakukan penelitian pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan *high profile* dan *lowprofile* dalam laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Dalam penelitiannya mereka menemukan bahwa tipe industri *high profile* mengungkapkan lebih banyak dari tipe industri *low profile*. Sedangkan penelitian yang dilakukan Davey (1982) dan Ng (1985) dalam Hackston dan Milne (1996) tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut. Sedangkan Sembiring (2005) dan Permana (2012) menemukan bahwa ada pengaruh signifikan antara profile dan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Hubungan antara *leverage* dan pengungkapan sosial juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Karpik (1989) serta Cormier dan Magnan (1999) menemukan hubungan yang negatif signifikan antara kedua variabel tersebut. Suda dan Kokubu (1994) dan Kokubu *et. al.*, (2001) tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut. Selain itu Robert (1992) menemukan hubungan yang positif antara kedua variabel tersebut, Sembiring (2005) juga menemukan leverage berpengaruh signifikan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial berbeda dengan itu, Permana (2012) justru menemukan bahwa antara leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Pada penelitian Yuliana, Purnomosidhi, dan Sukoharsono (2008) konsentrasi kepemilikan perusahaan menjadi variabel yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, berbeda dengan Sembiring (2005) yaitu bahwa ternyata konsentrasi kepemilikan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut diakibatkan oleh rendahnya kekuatan individu-individu yang terpisah untuk menekan manajemen. Dengan adanya perbedaan dari hasil penelitian yang pernah dilakukan tentu sangat membingungkan sehingga hal ini menjadi pertimbangan bagi penulis untuk memasukkan variabel konsentrasi kepemilikan untuk diteliti apakah mempunyai pengaruh terhadap CSR disclosure.

Penelitian ini menguji ulang penelitian Sembiring (2005), Sulastini (2007), Rakhiemah dan Agustia (2009) dan Permana (2012) dengan menambahkan variabel bebas yang digunakan oleh Yuliana, Purnomosidhi, dan Sukoharsono (2008) yaitu konsentrasi kepemilikan perusahaan.

Perumusan Masalah

Hasil yang tidak konsisten dalam penelitian-penelitian sebelumnya mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap CSR mendorong perumusan masalah, yaitu apakah karakteristik perusahaan yang diproksikan dengan size perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, profile, leverage dan konsentrasi

kepemilikan diduga berpengaruh terhadap *CSR*. Dari pertanyaan tersebut, pertanyaan penelitian untuk menjawab masalah yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap *CSR* ?
2. Apakah karakteristik perusahaan yaitu size perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, profile , leverage, dan konsentrasi kepemilikan perusahaan berpengaruh terhadap *CSR* ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disebut diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menguji secara empiris pengaruh kinerja lingkungan terhadap *CSR*.
2. Menguji secara empiris pengaruh karakteristik perusahaan (*size* perusahaan, *profitabilitas*, ukuran dewan komisaris, *profile*, *leverage*, dan konsentrasi kepemilikan) terhadap *CSR*.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Kegunaan Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang ilmu akuntansi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja finansial.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Pihak Perusahaan / Manajemen hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan yang disajikan.

b. Bagi Calon Investor Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan tahunan sehingga dijadikan sebagai acuan untuk pembuatan keputusan investasi.

Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, membahas mengenai pendahuluan penelitian yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II Telaah Pustaka, membahas mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, selain itu dalam bab ini juga membahas tentang teori-teori yang berkaitan dan mendukung, kerangka pikir dan pengembangan hipotesis mengenai masalah yang diteliti.

BAB III Metode Penelitian, membahas mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini. Bab ini berisi tentang uraian variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, membahas uraian deskripsi objek penelitian, analisis data dan interpretasi hasil olah data.

BAB V Penutup, berisi tentang kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, saran dan implikasi penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

Banyak teori yang menjelaskan mengapa perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut.

Teori Agensi

Konsep utama teori ini menjelaskan adanya hubungan antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer, dalam bentuk kontrak kerja sama. Menurut Anthony dan Govindarajan (2005), teori agensi adalah hubungan atau kontrak antara principal (pihak yang memberi wewenang dan agent (pihak yang menerima wewenang).hal ini yang menjadi dasar praktik bisnis perusahaan yang dipakai selama ini karena teori agensi memiliki asumsi bahwa tiap-tiap individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara pihak yang memberi wewenang (pemilik/para pemegang saham) dan agent (manajemen/manajer). Jensen dan Meckling (1976) juga menyatakan hal yang sama yaitu mendiskripsikan bahwa pemegang saham sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen.

Dijelaskan dalam Jensen dan Meckling (1976), Jensen (1986), Weston dan Brigham (1994), bahwa masalah keagenan dapat terjadi dalam 2 bentuk hubungan, yaitu ; (1) antara pemegang saham dan manajer, dan (2) antara pemegang saham dan

kreditor. Jika perusahaan berbentuk perusahaan perorangan yang dikelola sendiri oleh pemiliknya, maka dapat diasumsikan bahwa manajer-pemilik tersebut akan mengambil setiap tindakan yang mungkin untuk memperbaiki kesejahteraannya, terutama diukur dalam bentuk peningkatan kekayaan perorangan dan juga dalam bentuk kesenangan dan fasilitas eksekutif. Tetapi jika manajer mempunyai porsi sebagai pemilik dan mereka mengurangi hak kepemilikannya dengan membentuk perseroan dan menjual sebagian saham perusahaan kepada pihak luar, maka pertentangan kepentingan bisa segera timbul karena pada dasarnya mengasumsikan bahwa setiap individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri.

kenyataan didalam perusahaan adalah seorang manajer memiliki informasi yang lebih atas prospek perusahaan dibandingkan dengan pihak prinsipal (pemilik/pemegang saham), hal ini dapat menimbulkan dorongan terhadap manajer untuk berlaku mencari keuntungan sebesar-besarnya tanpa memperhatikan kewajibannya terhadap pihak prinsipal. Eisenhardt (1989) mengemukakan tiga asumsi sifat dasar manusia yaitu; 1) Manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (self interest), 2) manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (bounded rationality), dan 3) manusia selalu menghindari resiko (risk adverse). Jensen dan Meckling (1976) dalam Rahmawati dkk. (2006) menambahkan bahwa jika kedua kelompok (agen dan prinsipal) tersebut adalah orang-orang yang berupaya memaksimalkan utilitasnya, maka terdapat alasan yang kuat untuk meyakini bahwa agen tidak akan selalu bertindak yang terbaik untuk kepentingan prinsipal. Diasumsikan bahwa pihak prinsipal hanya mementingkan dan

memperhatikan tentang bertambahnya imbal hasil yang mereka dapat atas investasi yang mereka tanamkan. Dan pihak agen sebagai pihak yang menerima wewenang untuk mengelola perusahaan agar tercipta kondisi yang baik bagi perusahaan dan investor justru hanya memperhatikan kepuasan individunya dengan menerima kompensasi keuangan dan fasilitas yang didapat dari posisinya sebagai seorang pengelola manajemen. Dengan adanya perbedaan kepentingan tersebut maka dibutuhkan alat pengendali agar perusahaan berjalan sebagaimana mestinya terjadi dan tidak ada konflik kepentingan antara prinsipal dan agen.

Biaya agensi adalah salah satu alat pengendali agar konflik antara prinsipal dan agen dapat dihindari. Biaya agensi itu sendiri adalah biaya yang ditanggung pemegang saham untuk mendorong manajer dalam memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham daripada berperilaku mementingkan diri sendiri. Biaya agen dalam makalah yang berjudul *Journal of Finance* pada tahun 1976 oleh Michael Jensen dan William Meckling, yang menyarankan bahwa tingkat utang perusahaan dan tingkat manajemen ekuitass baik dipengaruhi oleh keinginan untuk mengendalikan biaya kantor. Ada tiga jenis utama dari biaya agen; 1) pengeluaran untuk memantau kegiatan manajerial, seperti biaya audit, 2) pengeluaran untuk struktur organisasi dengan cara yang membatasi perilaku manajerial yang tidak diinginkan, seperti menunjuk anggota luar dewan direksi atau restrukturisasi bisnis perusahaan unit dan hirarki manajemen, dan 3) biaya kesempatan yang dapat terjadi ketikapemegang saham-dikenakan pembatasan, seperti persyaratan untuk suara pemegang saham pada

permasalahan tertentu, membatasi kemampuan manajer untuk mengambil tindakan yang meningkatkan pemegang saham.

Dan salah satu cara lainnya yang digunakan untuk memonitor masalah kontrak dan membatasi perilaku opportunistic manajemen adalah corporate governance. karena prinsipnya good corporate governance adalah terciptanya keadaan transparansi, akuntabilitas, keadilan, dan responsibilitas. hal ini dimaksudkan untuk mengurangi asimetri informasi antara prinsipal dan agen yang pada akhirnya diharapkan dapat meminimalkan tindakan manajemen laba.

Dengan terciptanya keadaan yang harmonis antara pihak prinsipal dan agen diharapkan keberlangsungan perusahaan akan menjadi dinamis sehingga tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan akan selalu diperhatikan, juga terjadi tindakan saling kontrol satu sama lain untuk kemajuan bersama.

Teori Signal

Teori signal menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kualitas baik akan dengan sengaja memberikan *signal* ke pasar, agar pasar dapat membedakan kualitas perusahaan tersebut dengan perusahaan lainnya Hartono (2005).

perusahaan akan memberikan signal kepada para pengguna laporan keuangan sebagai faktor penunjang kualitas perusahaan, dimana perusahaan yang baik akan secara terbuka dengan melaporkan semua informasi yang berkaitan dengan kebutuhan para pengguna laporan keuangan perusahaan dan secara tidak langsung akan

menguntungkan bagi perusahaan jika perusahaan tersebut telah melakukan praktek corporate governance dengan baik. sebagaimana menurut Subramaniam, et al., (2009) menyatakan ketika digunakan dalam praktek pengungkapan perusahaan, signalling theory secara umum menguntungkan bagi perusahaan untuk mengungkapkan praktek corporate governance yang baik, sehingga dapat menciptakan kualitas perusahaan yang baik dalam pasar.

Teori signal dianggap sesuai dan mempunyai pengaruh terhadap penelitian ini karena pada dasarnya suatu perusahaan akan melakukan pengungkapan informasi secara terbuka termasuk informasi tentang Corporate Social Responsibility (CSR) untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Gray et al (1995) dalam Hennydan Murtanto (2001) menyebutkan ada tiga teori yang juga melatarbelakangi perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial, yaitu :

Decision usefulness studies.

Sebagian dari studi-studi yang dilakukan oleh para peneliti yang mengemukakan teori ini menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh para pemakai laporan keuangan. Dalam hal ini para analis, banker, dan pihak lain yang dilibatkan dalam penelitian tersebut diminta untuk melakukan pemeringkatan terhadap informasi akuntansi. Informasi akuntansi tersebut tidak terbatas pada informasi akuntansi tradisional yang telah dikenal selama ini, namun juga informasi lain yang

relatif baru dalam wacana akuntansi. Mereka menempatkan informasi aktivitas sosial perusahaan pada posisi yang *moderately important* untuk digunakan sebagai pertimbangan oleh para *users* dalam pengambilan keputusan.

Economic theory studies

Studi ini menggunakan *agency theory* dan *positive accounting theory*, dimana teori tersebut menganalogikan manajemen sebagai agen dari suatu prinsipal. Dalam penggunaan *agency theory*, prinsipal diartikan sebagai pemegang saham atau *traditional users* lain. Namun pengertian prinsipal tersebut meluas menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik (*stakeholder*).

Social and political theory studies.

Studi di bidang ini menggunakan teori *stakeholders*, teori legitimasi organisasi, dan teori ekonomi politik. Teori *stakeholders* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholders*. Perusahaan berusaha mencari pembenaran dari para *stakeholders* dalam menjalankan operasi perusahaannya. Sehingga berakibat semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholders*-nya.

Pengungkapan (*Disclosure*)

Kata *disclosure* mempunyai arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Jika dikaitkan dengan pengungkapan informasi, *disclosure* berarti mengungkapkan informasi yang sebenar-benarnya sesuai dengan kondisi perusahaan sehingga hal tersebut dapat menjadi bahan informasi untuk menggambarkan keadaan suatu perusahaan tanpa ada yang ditutupi baik informasi keuangan maupun informasi non-keuangan.

Menurut Hendriksen (1992), terdapat tiga konsep yang umum dalam pengungkapan, yaitu :

1. Pengungkapan yang cukup (*adequate disclosure*), yang berarti pengungkapan minimal yang harus dilakukan agar laporan keuangan tidak menyesatkan.
2. Pengungkapan wajar (*fair disclosure*), dilakukan agar dapat memberikan perlakuan sama yang bersifat umum bagi semua pengguna laporan keuangan.
3. Pengungkapan lengkap (*full disclosure*), mensyaratkan perlunya penyajian semua informasi yang relevan. informasi yang diungkapkan adalah informasi minimum yang diwajibkan ditambah dengan informasi lain yang diungkapkan secara sukarela. *Full disclosure* dapat membantu mengurangi terjadinya informasi asimetris namun

seringkali dinilai berlebihan, informasi yang berlebihan justru berbahaya karena penyajian informasi dengan detail terlalu banyak justru akan menyembunyikan informasi yang penting dan membuat laporan keuangan sukar untuk dipahami.

Darrough (1993) dalam Na'im dan Rakhman (2000), mengemukakan ada dua jenis pengungkapan dalam hubungannya dengan persyaratan yang ditetapkan standar, yaitu:

1. *Mandatory disclosure*

Dalam UU No. 8/PM/1995 *mandatory disclosure* yaitu pengungkapan yang diwajibkan oleh peraturan pemerintah. Bagi emiten setelah *go public* pengungkapan wajib merupakan pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku. Pengungkapan wajib setelah *go public* dapat terjadi selama perusahaan masih merupakan perseroan terbuka.

2. *Voluntary disclosure*

Voluntary disclosure atau pengungkapan sukarela adalah pengungkapan yang dilakukan perusahaan diluar apa yang diwajibkan oleh standar akuntansi atau peraturan badan pengawas.

Diharapkan dengan semakin transparan informasi yang disajikan oleh suatu perusahaan ditambah dengan semakin nyatanya penerapan tata kelola yang baik akan

meningkatkan keberhasilan bisnis dalam dunia usaha secara berkesinambungan, juga dapat digunakan untuk memahami bisnis pada suatu perusahaan (Valetta, 2005). Pengungkapan informasi yang memadai juga akan memberi dampak yang positif bagi para pengguna sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan.

Wolk dan Ternay (1989) dalam Utomo (2000) Tujuan pengungkapan menurut Securities Exchange Commission (SEC) dikategorikan menjadi dua, yaitu :

1. *Protective disclosure*, yang dimaksudkan sebagai upaya perlindungan terhadap investor
2. *Informative disclosure*, yang bertujuan memberikan informasi yang layak kepada pengguna laporan.

Corporate Social Responsibility.

CSR adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. CSR sendiri mulai populer untuk dilakukan sejak era dimana para pemilik perusahaan sadar akan keberlanjutan (sustainability) perusahaan jangka panjang lebih penting daripada sekedar mencari keuntungan semata. Hal ini dipengaruhi oleh mulai terbukanya masyarakat terhadap lingkungan terhadap gangguan-gangguan yang terjadi akibat operasional perusahaan, gangguan-gangguan tersebut diantaranya berupa pencemaran udara, limbah (pencemaran lingkungan),

kesejahteraan masyarakat sekitar dll. Oleh karena itu agar keberlanjutan perusahaan tetap terjaga, perusahaan harus sadar benar akan tanggung jawabnya.

Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Januarti dan Apriyanti (2005) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan dapat dibagi menjadi tiga level sebagai berikut :

1. *Basic responsibility* (BR)

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

2. *Organization responsibility* (OR)

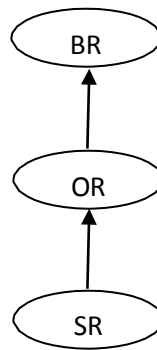
Pada level kedua ini menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan ”*Stakeholder*” seperti pekerja, pemegang saham, dan masyarakat di sekitarnya.

3. *Societal responses* (SR)

Pada level ketiga, menunjukkan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan

dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan, terlibat dengan apa yang terjadi dalam lingkungannya secara keseluruhan.

Gambar 2.1



Tingkatan Tanggung Jawab Perusahaan

Sumber : Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Hasibuan (2001)

Schermerhorn (1993) dalam Suharto (2006) menyebutkan bahwa definisi CSR sebagai suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan publik eksternal.

Teuku dan Imbuh (1997) dalam Cahyonowati (2003) mendeskripsikan tanggung jawab sosial sebagai kewajiban organisasi yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat, tetapi juga mempertahankan kualitas lingkungan sosial maupun fisik, dan juga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan komunitas dimana mereka berada. Sedangkan menurut Sevic dalam

(Hasibuan,2001) tanggung jawab sosial diartikan bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab pada tindakan yang mempengaruhi konsumen, masyarakat, dan lingkungan.

Dari berbagai macam uraian tentang define CSR dapat disimpulkan bahwa CSR adalah bentuk tanggung jawab perusahaan yang harus dilakukan agar tercipta keselarasan dan interaksi yang saling menguntungkan antara perusahaan, sosial, dan juga lingkungan.

CSR disclosure

Menurut Hackston dan Milne (1996), tanggung jawab sosial perusahaan sering disebut juga sebagai *corporate social responsibility* atau *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social reporting* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005). Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi dalam hal ini perusahaan, di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal,khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwaperusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray et.al (1995) dalam Hasibuan(2001).

Menurut Gray et.al dalam Sembiring (2005) ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung

jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional.

Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat keuangan sebagai pemakai utama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan.

Pendekatan alternatif kedua dengan meletakkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan sekaligus merupakan sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut Murtanto (2006) dalam Media Akuntansi, pengungkapan kinerja perusahaan sering dilakukan secara sukarela (*voluntary disclosure*) oleh perusahaan. Adapun alasan-alasan perusahaan mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela antara lain :

1. *Internal Decision Making* : Manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektivitas informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan. Walaupun hal ini sulit diidentifikasi dan diukur, namun analisis secara sederhana lebih baik daripada tidak sama sekali

2. *Product Differentiation* : Manajer perusahaan memiliki insentif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat. Akuntansi kontemporer tidak memisahkan pencatatan biaya dan manfaat aktivitas sosial perusahaan dalam laporan keuangan, sehingga perusahaan yang tidak peduli sosial akan terlihat lebih sukses daripada perusahaan yang tidak peduli sosial akan terlihat lebih sukses daripada perusahaan yang peduli. Hal ini mendorong perusahaan yang peduli sosial untuk mengungkapkan informasi tersebut sehingga masyarakat dapat membedakan mereka dari perusahaan lain.

3. *Enlightened Self Interest* : perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para stakeholder karena mereka dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

Pertanggungjawaban sosial berhubungan juga dengan *social contract theory*. Menurut teori ini, diantara bisnis perusahaan dan masyarakat terdapat suatu kontrak sosial yang secara implisit maupun eksplisit. Dimana dalam kontrak sosial, akuntansi sosial digunakan sebagai serangkaian teknik pengumpulan dan pengungkapan data sehingga memungkinkan masyarakat untuk mengevaluasi kinerja sosial organisasi dalam memberi penilaian mengenai kelayakan operasi organisasi menurut Parker (2002) dalam Cahyonowati (2003). Disamping itu, pertanggungjawaban perusahaan diperlukan untuk menilai apakah kegiatan perusahaan telah memenuhi ketentuan,

standar, dan peraturan yang berlaku. Misalnya mengenai polusi, kesehatan dan keselamatan, bahaya penggunaan bahan-bahan yang beracun.

Pada saat perusahaan mulai berinteraksi dan dekat dengan lingkungan luarnya (masyarakat), maka berkembang hubungan saling ketergantungan dan kesamaan minat serta tujuan antara perusahaan dengan lembaga sosial yang ada. Interaksi ini menyebabkan perusahaan tidak bisa lagi membuat keputusan atau kebijakan yang hanya menguntungkan pihaknya saja. Tetapi perusahaan juga harus memikirkan kebutuhan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (*stakeholder needs*). Jika tekanan dari *stakeholder* berpengaruh kuat terhadap kontinuitas dan kinerja perusahaan maka perusahaan harus bisa menyusun kebijakan sosial dan lingkungan yang terarah dan terlegitimasi (Cahyonowati, 2003).

Kinerja Lingkungan Perusahaan

Kinerja lingkungan perusahaan menurut Suratno dkk. (2006) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (green). Kinerja lingkungan perusahaan dalam penelitian ini diukur melalui PROPER atau Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup yang merupakan instrumen yang digunakan oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup untuk mengukur tingkat ketaatan perusahaan berdasarkan peraturan yang berlaku. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat,

sehingga perusahaan yang dinilai akan memperoleh insentif maupun disinsentif reputasi, tergantung kepada tingkat ketaatannya.

Penggunaan warna di dalam penilaian PROPER merupakan bentuk komunikatif penyampaian kinerja kepada masyarakat, mulai dari yang terbaik, EMAS, HIJAU, BIRU, MERAH, sampai ke yang terburuk, HITAM. Secara sederhana masyarakat dapat mengetahui tingkat penataan pengelolaan lingkungan pada perusahaan dengan hanya melihat peringkat warna yang ada. Bagi pihak-pihak yang memerlukan informasi yang lebih rinci, KLH dapat menyampaikan secara khusus.

Aspek penilaian PROPER adalah ketaatan terhadap peraturan pengendalian pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, pengelolaan limbah B3, AMDAL serta pengendalian pencemaran laut. Ketentuan ini bersifat wajib untuk dipenuhi. Jika perusahaan memenuhi seluruh peraturan tersebut (*in compliance*) maka akan diperoleh peringkat BIRU, jika tidak maka MERAH atau HITAM, tergantung kepada aspek ketidaktaatannya.

Size

Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi

biaya keagenan tersebut (Sembiring, 2005). 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, 2005).

Di samping itu, perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Lebih banyak pemegang saham, berarti memerlukan lebih banyak juga pengungkapan, hal ini dikarenakan tuntutan dari para pemegang saham dan para analis pasar modal (Yuniarti, 2000).

Profitabilitas

Pengungkapan mengenai pertanggungjawaban sosial perusahaan mencerminkan suatu pendekatan perusahaan dalam melakukan adaptasi dengan lingkungan yang dinamis dan bersifat multidimensi (Sulastini, 2007).

Profile

Profile perusahaan telah diidentifikasi sebagai faktor potensial yang mempengaruhi praktek pengungkapan sosial perusahaan. Utomo (2000) mendefinisikan industri *high profile* sebagai industri yang memiliki *consumervasibility*, resiko politik yang tinggi, atau kompetisi yang tinggi. Hal ini karena perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan lebih memperhatikan

pertanggungjawaban sosialnya kepada masyarakat, karena hal ini akan meningkatkan citra perusahaan dan dapat mempengaruhi tingkat penjualan.

Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Komposisi individu yang bekerja sebagai anggota dewan komisaris merupakan hal penting dalam memonitor aktivitas manajemen secara efektif (Fama dan Jensen, 1983, dalam Sembiring, 2003). Dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan akan dipandang lebih baik, karena pihak dari luar akan menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan perusahaan dengan lebih objektif dibanding perusahaan yang memiliki susunan dewan komisaris yang hanya berasal dari dalam perusahaan. Dewan komisaris terdiri dari *inside* dan *outside director* yang akan memiliki akses informasi khusus yang berharga dan sangat membantu dewan komisaris serta menjadikannya sebagai alat efektif dalam keputusan pengendalian. Sedangkan fungsi dewan komisaris itu sendiri adalah 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.

Suatu *item* dan kualitas informasi yang diungkapkan dalam laporan yang disiapkan manajemen dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dan kebijakan

perusahaan. Manajemen memiliki dorongan untuk mengungkapkan informasi yang menguntungkan dan “menyembunyikan” informasi yang tidak menguntungkan. Informasi yang menguntungkan akan diungkap seluas-luasnya, sedangkan informasi yang tidak menguntungkan kelihatannya tidak diungkap dan sebagai hasilnya, para pemegang saham tidak akan mengetahui secara khusus informasi yang disembunyikan. Untuk mengatasi hal tersebut, pemegang saham mendelegasikan wewenang mereka dalam memonitor aktivitas manajemen kepada dewan komisaris.

Leverage

Perjanjian terbatas seperti perjanjian hutang yang tergambar dalam tingkat *leverage* dimaksudkan membatasi kemampuan manajemen untuk menciptakan transfer kekayaan antar pemegang saham dan pemegang obligasi (Jensen dan Meckling, 1976; Smith dan Warner, 1979 dalam Belkaoui dan Karpik, 1989).

Konsentrasi Kepemilikan

Konsentrasi kepemilikan dapat menjadi mekanisme internal pendisiplinan manajemen sebagai salah satu mekanisme yang dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas monitoring, karena dengan kepemilikan yang besar menjadikan pemilik saham memiliki akses informasi yang cukup signifikan untuk mengimbangi keuntungan informasional yang dimiliki manajemen (Hubert dan Langhe 2002)

Menurut teori klasik managerial firm (Baumol, 1959; Galbraith 1967; Marris, 1964, Williamson, 1964) seperti yang dikutip oleh Gorriz dan Fumas (1996), secara umum tipe kepemilikan dan kontrol suatu perusahaan terbagi menjadi dua, 1) perusahaan dimiliki oleh banyak pemegang saham, dan 2) perusahaan dimiliki dan dikontrol oleh manajemen. Kedua tipe ini memiliki dampak yang berbeda terhadap kinerja dari masing-masing perusahaan.

Kang dan Sorensen (1999) menyatakan bahwa tipe kepemilikan dan kontrol pada perusahaan tidak hanya terbagi menjadi dua, terdapat beberapa tipe kepemilikan lain dalam perusahaan modern. Dalam perusahaan yang modern ini terdapat para pemegang saham dalam jumlah saham yang besar dimana perilaku mereka berbeda satu sama lain. Para pemegang saham dalam jumlah besar ini memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan yang diambil oleh perusahaan sehingga mempengaruhi kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Penelitian Terdahulu

Sembiring (2005) pernah melakukan penelitian dan menggunakan sampel semua perusahaan go publik di BEJ sesuai yang tercantum dalam IDMC tahun 2002. Variabel dalam penelitian ini ada dua, yaitu karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Metode analisis yang digunakan yaitu metode analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini yaitu *size*, profitabilitas, *profile*,

ukuran dewan komisaris dan *leverage* berpengaruh signifikan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian lain mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan oleh Sulastini (2007). Sampel pada penelitian ini ada semua perusahaan manufaktur yang telah Go Publik di BEJ seperti yang tercantum dalam ICMD tahun 2006. Variabel penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial, *size* perusahaan, *profile*, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini adalah *size* perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris dan *profile* secara simultan berpengaruh terhadap pertanggungjawaban social perusahaan.

Kemudian Yuliana, Purnomosidhi dan Sukoharsono (2008) melakukan penelitian dengan sampel semua perusahaan yang mengungkap program CSR di Bursa Efek Indonesia (2006). Variabel penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial, reaksi investor, *size* perusahaan, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris, dan konsentrasi kepemilikan. hasil dari penelitian menyebutkan bahwa profil perusahaan dan konsentrasi kepemilikan terbukti berpengaruh terhadap tingkat keluasan pengungkapan CSR. Sedangkan tiga variabel lainnya yaitu *size* perusahaan, profitabilitas, dan ukuran dewan komisaris tidak terbukti berpengaruh terhadap tingkat keluasan pengungkapan CSR. Tingkat keluasan pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap reaksi investor, yang diukur dengan menggunakan abnormal return dan volume perdagangan saham.

Pada tahun 2009, Rakhiemah dan Agustia melakukan penelitian mengenai kinerja lingkungan, *CSR*, dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini memiliki tiga variabel yaitu kinerja lingkungan, *CSR*, dan kinerja finansial. Hasil dari penelitian ini adalah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap *CSR* akan tetapi kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja finansial dan *CSR* tidak berpengaruh terhadap kinerja finansial..

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian dan tahun	Sampel dan periode penelitian	Variabel dan metode analisis	Hasil
1.	Sembiring (2005)	Semua perusahaan go publik di BEJ seperti yang tercantum dalam <i>Indonesia Capital Market Directory</i> tahun 2002.	Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Metode analisis regresi berganda.	<i>Size</i> , profitabilitas, <i>profile</i> , ukuran dewan komisaris dan <i>leverage</i> berpengaruh signifikan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Adjusted R Square = 0.375

2.	Sulastini (2007)	Semua perusahaan manufaktur yang (<i>Go Public</i>) di BEJ seperti yang tercantum dalam <i>Indonesia Capital Market Directory</i> (2006).	Pengungkapan tanggung jawab social, <i>size</i> perusahaan, profitabilitas, <i>profile</i> , Ukuran dewan komisaris, metode analisis regresi linier berganda.	<i>Size</i> perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan <i>profile</i> secara simultan berpengaruh terhadap pertanggungjawaban sosial perusahaan. Adjusted R Square = 0,23.
3.	Yuliana, Purnomosidhi dan Sukoharsono (2008)	Semua perusahaan yang mengungkap program CSR di Bursa Efek Indonesia (2006).	Ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>profile</i> , ukuran dewan komisaris, konsentrasi kepemilikan. analisis linear berganda.	Hasil dari penelitian adalah <i>profile</i> , konsentrasi kepemilikan berpengaruh signifikan terhadap CSR dan CSR berpengaruh terhadap reaksi investor.
4.	Rakhiemah dan Agustia (2009)	Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI(2004-2006).	Kinerja lingkungan, CSR dan kinerja finansial. Metode yang digunakan adalah analisi regresi linear sederhana.	Hasil dari penelitian adalah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap CSR, akan tetapi kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja finansial dan CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja finansial.

5.	Tamba (2011)	Perusahaan Manufacturing Secondary Sectors yang terdapat di BEI (Bursa Efek Indonesia) pada tahun 2009.	pengaruh struktur kepemilikan terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> . Metode yang digunakan regresi linear berganda.	Kepemilikan asing yang hanya memiliki efek positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajemen tidak memiliki efek positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR
6.	Permana (2012)	perusahaan manufaktur yang <i>go public</i> dan <i>listing</i> di BEI tahun 2008-2010	kinerja lingkungan, <i>size</i> , profitabilitas, ukuran dewan komisaris, <i>profile</i> , <i>leverage</i> , <i>Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure</i> . Metode regresi linear berganda.	kinerja lingkungan, profitabilitas, <i>size</i> , dan <i>profile</i> berpengaruh signifikan terhadap CSR disclosure. ukuran dewan komisaris dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR disclosure.

Kerangka Pemikiran

Kinerja lingkungan perusahaan menurut Suratno dkk. (2006) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (green).

Kinerja lingkungan perusahaan dalam penelitian ini diukur melalui PROPER atau Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup yang merupakan instrumen yang digunakan oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup untuk mengukur tingkat ketaatan perusahaan berdasarkan peraturan yang berlaku. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat, sehingga perusahaan yang dinilai akan memperoleh insentif maupun disinsentif reputasi, tergantung kepada tingkat ketaatannya.

Size perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi risiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Donovan dan Gibson (2000) dalam Hasibuan (2001) menyatakan berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi, perusahaan tidak perlu melaporkan hal-hal yang mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan perusahaan. Sebaliknya pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja

perusahaan. Misalnya dalam lingkup sosial, ketika investor membaca laporan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan mereka tetap berinvestasi di perusahaan tersebut.

Hubungan antara *profile* perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dikaitkan dengan variasi dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Industri *high profile* sebagai industri yang memiliki *consumer visibility*, risiko politik yang tinggi, atau kompetisi yang tinggi akan lebih memperhatikan pertanggungjawaban sosialnya kepada masyarakat, karena hal ini akan meningkatkan citra perusahaan dan dapat mempengaruhi tingkat penjualan.

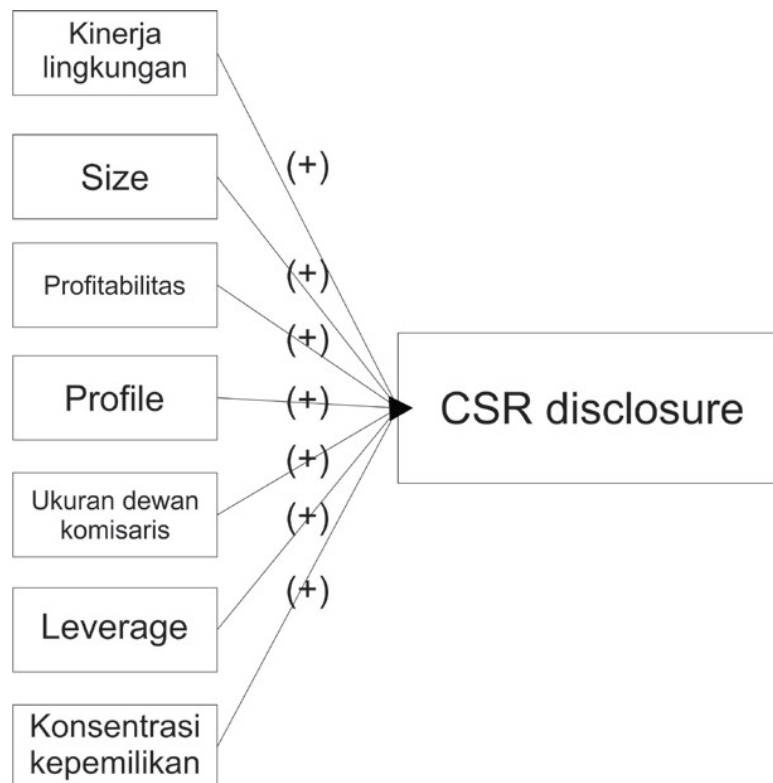
Dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen akan semakin besar untuk mengungkapkannya.

Perjanjian terbatas seperti hutang yang tergambar pada tingkat *leverage* dimaksudkan membatasi kemampuan manajemen untuk menciptakan transfer kekayaan antar pemegang saham dan pemegang obligasi. Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Sembiring (2005) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan.

Dengan menerapkan *CSR*, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Kiroyan, 2006). Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan *CSR* diharapkan akan direspon positif oleh para pelaku pasar.

Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran



Perumusan Hipotesis

Hubungan Kinerja Lingkungan dengan CSR

World Bank sebagai lembaga keuangan global memandang CSR sebagai “*The commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development.*” (IFC, 2002). Sementara CSR disclosure oleh Gray dkk, (2001) didefinisikan sebagai suatu proses penyediaan informasi yang dirancang untuk mengemukakan masalah seputar *social accountability*, yang mana secara khas tindakan ini dapat dipertanggungjawabkan dalam media-media seperti laporan tahunan maupun dalam bentuk iklan-iklan yang berorientasi sosial.

Menurut Verrecchia (1983, dalam Suratno dkk., 2006) dengan *discretionary disclosure* teorinya mengatakan pelaku lingkungan yang baik percaya bahwa dengan mengungkapkan performance mereka berarti menggambarkan good news bagi pelaku pasar. Oleh karena itu, perusahaan dengan *environmental performance* yang baik perlu mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan yang lebih dibandingkan dengan perusahaan dengan *environmental performance* lebih buruk. Penelitian dari Tuwaijri, et al. (2004) yang menemukan hubungan positif signifikan antara *environmental disclosure*

dengan *environmental performance* menunjukkan hasil yang konsisten dengan teori tersebut. Begitu pula halnya dengan penelitian serupa di Indonesia oleh Suratno dkk. (2006) yang menemukan hubungan yang positif dan signifikan secara statistik antara kinerja lingkungan dengan kinerja ekonomi. Dengan demikian, hipotesis pertama penelitian ini adalah

H1: Kinerja lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap CSR disclosure.

Hubungan *Size* dengan CSR

Dalam berbagai penelitian yang mendukung hubungan antara *size* perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan, penelitian memperlihatkan hasil yang berbeda-beda. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini seperti yang disebutkan dalam Sembiring (2005) antara lain Roberts (1992), Singh dan Ahuja (1983). Davey (1982) dan Ng (1985) juga tidak menemukan hubungan antara variabel ini dan hal tersebut menurut Guthrie dan Mathews (1985) mungkin disebabkan oleh rendahnya jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian tersebut. Sedangkan penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain Belkaoui dan Karpik (1989), Adam *et. al.*, (1995, 1998), Hackston dan Milne (1996), Kokubu *et. al.*, (2001), Hasibuan (2001) dan Gray *et. al.*, (2001), Hadi dan Arifin (2002), Yuniati (2000), Surtanto dan Baridwan (1989), Yuliani (2003).

Sebagaimana teori agensi menyebutkan bahwa dalam suatu perusahaan rentan akan adanya konflik antara pihak prinsipal dan agen, semakin besar *size* perusahaan semakin besar pula resiko terjadinya konflik antara prinsipal dan agen karena banyaknya pihak yang terlibat dengan bermacam kepentingan. Size dinilai mempengaruhi CSR karena perusahaan dengan size lebih besar cenderung akan lebih memperhatikan pengungkapan tanggung jawab sosial agar dapat dinilai baik oleh pihak ekstern. Berdasarkan asumsi teori agensi, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Size* perusahaan berpengaruh positif terhadap *CSR disclosure*.

Hubungan Profitabilitas dengan CSR

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah diyakini mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang sama dengan gaya manajerial yang dilakukan pihak manajemen untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan (Bowman dan Haire, 1976 dalam Sembiring, 2003).

Heinze (1976) dalam Gray *et.al.* (1995b) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar

pengungkapan informasi sosial. Riset penelitian empiris terhadap hubungan pengungkapan sosial perusahaan, profitabilitas menghasilkan hasil yang sangat beragam. penelitian yang dilakukan Hackston dan Milne (1996) dalam Sulastini (2007) melaporkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian di Indonesia yang dilakukan oleh Yuliani (2003) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.

Berbeda dengan pendapat di atas yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, Donovan dan Gibson (2000) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan.

tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*goodnews*” kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Misalnya dalam lingkup sosial, ketika investor membaca laporan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan mereka tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas mempunyai hubungan negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Mengingat ketidak konsistenan dari hasil penelitian para ahli yang telah dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini menguji kembali pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan sosial perusahaan manufaktur dalam laporan tahunan di Bursa Efek Indonesia. maka hipotesis yang dikemukakan:

H3: Profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR disclosure.

Hubungan *Profile* dengan CSR

Penelitian yang berkaitan dengan *profile* perusahaan kebanyakan mendukung bahwa industri *high-profile* mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosialnya lebih banyak dari industri *low-profile*.

Cowen *et al.* (1987) dalam Devina (2004) menyatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen akan lebih memperhatikan pertanggungjawaban sosialnya kepada masyarakat karena hal ini akan meningkatkan citra perusahaan dan mempengaruhi tingkat penjualan. Di Indonesia, Hasibuan (2001), Utomo (2000), maupun Hackston dan Milne (1996) memasukan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi(listrik), *engineering* kesehatan, transportasi dan pariwisata sebagaiperusahaan yang *high profile* sedangkan bangunan, keuangan dan perbankan, *suplier* peralatan medis, properti,

retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal, produk rumah tangga sebagai perusahaan yang *low profile*.

Menurut Robert (1992) dalam Hackstone dan Milne (1996), perusahaan yang termasuk dalam tipe industri *high profile* adalah perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat resiko politik yang tinggi atau tingkat kompetensi yang ketat. Perusahaan *high profile*, pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Masyarakat umumnya lebih sensitif terhadap tipe industri ini karena kelalaian perusahaan dalam pengamanan proses produksi dan hasil produksi dapat membawa akibat yang fatal bagi masyarakat. Sedangkan perusahaan *low profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya. Bila dibandingkan dengan perusahaan *high profile*, perusahaan yang terkategori dalam industri *low profile* lebih ditoleransi oleh masyarakat luas manakala melakukan kesalahan.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya dan definisi di atas, penelitian ini akan memasukkan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi dan pariwisata sebagai perusahaan yang *high profile* sedangkan bangunan, keuangan dan perbankan, *supplier* peralatan medis, *retailer*,

tekstil dan produk tekstil, produk personal, produk rumah tangga sebagai perusahaan yang *low profile*. Penelitian berkaitan dengan pengungkapan sosial yang dilakukan pada perusahaan *high profile* dan *low profile* di Selandia Baru menunjukkan bahwa perusahaan *high profile* melakukan pengungkapan sosial yang lebih tinggi daripada perusahaan *low profile* (Hackston dan Milne, 1996). Hasil penelitian yang sama ditemukan oleh Hasibuan (2001), Yuliani. (2003), Utomo (2000), Hackston dan Milne (1996). Penelitian ini akan mencoba menguji kembali pengaruh *profile* perusahaan terhadap praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

H4 :*Profile* perusahaan berpengaruh positif terhadap *CSR disclosure*

Hubungan Ukuran Dewan Komisaris dengan *CSR*

Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Coller dan Gregory (1999) dalam Sembiring (2006) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan memonitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Jika dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Oleh karena itu, sejalan dengan pendapat Coller dan Gregory (1999), Beasley (2000) dan Arifin (2002), hipotesis berikut ini dikemukakan.

H5: Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap *CSR disclosure*

Hubungan *Leverage* dengan *CSR*

Perjanjian terbatas seperti perjanjian hutang yang tergambar dalam tingkat *leverage* dimaksudkan membatasi kemampuan manajemen untuk menciptakan transfer kekayaan antar pemegang saham dan pemegang obligasi (Jensen dan Meckling, 1976; Smith dan Warner, 1979 dalam Belkaoui dan Karpik, 1989). Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hasil penelitiannya menunjukkan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Konsisten dengan penelitian Belkaoui dan Karpik (1989) serta Cormier dan Magnan (1999), variabel *leverage* akan diuji kembali pengaruhnya terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis berikut ini dikemukakan:

H6 : *Leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap *CSR disclosure*.

Hubungan Konsentrasi Kepemilikan dengan CSR

Terdapat beberapa penelitian tentang hubungan antara konsentrasi kepemilikan dengan CSR. Rute et al (2006) menemukan bukti bahwa konsentrasi kepemilikan berpengaruh positif terhadap praktik CSR pada perusahaan di Portugal. Hal tersebut sangat dipengaruhi oleh basis ekonomi Negara, yaitu perusahaan kecil dan menengah sehingga faktor kepemilikan usaha menjadi hal yang dipertimbangkan. Bukti lain ditunjukkan oleh Sembiring (2005) yaitu bahwa ternyata konsentrasi kepemilikan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut diakibatkan oleh rendahnya kekuatan individu-individu yang terpisah untuk menekan manajemen. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu:

H7:Konsentrasi Kepemilikan perusahaan berpengaruh positif terhadap *CS disclosure*.

BAB III

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel dependen dan lima variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *CSR*, sedangkan variabel independennya adalah kinerja lingkungan, *size* perusahaan, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris, *leverage*, dan konsentrasi kepemilikan. Definisi dari variabel dependen dan independen dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut :

Definisi Operasional Variabel

CSR disclosure

CSR disclosure adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan lingkungan didalam laporan tahunan perusahaan. Untuk mengukur *CSR disclosure* ini digunakan index yang merupakan luas pengungkapan relatif setiap perusahaan sample atas pengungkapan sosial yang dilakukannya (Zuhroh dan Sukmawati, 2003), dalam penelitian ini pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan variabel dependen. Isu mengenai CSR terkait erat dengan sustainability reporting. GRI merupakan salah satu dari lembaga yang serius menangani permasalahan yang

berhubungan dengan sustainability. Sustainability reporting merupakan praktik pengukuran, pengungkapan, dan pertanggungjawaban kepada stakeholder internal dan eksternal perusahaan terkait dengan kinerja pencapaian tujuan keberlangsungan perusahaan. Sustainability reporting merupakan terminologi yang luas mengenai pengungkapan kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial (misalnya Triple Bottom Line, Corporate Social Responsibility, dan lain-lain) (GRI 2006,4) dalam Yuliana, Purnomosidhi dan Sukoharsono (2008).

Check list dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang mencakup enam Indikator Kinerja, yaitu; Ekonomi, Lingkungan, Praktek tenaga kerja dan perkerjaan yang layak, Hak asasi manusia, Masyarakat, dan Tanggung jawab produk. Hal ini beracuan pada *GRI (Global Reporting Initiative)*. Secara lengkap item-item pengungkapan dapat dilihat pada lampiran.

Kinerja lingkungan

Kinerja lingkungan perusahaan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). Kinerja lingkungan ini diukur dari prestasi perusahaan mengikuti program PROPER yang merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KemenLH) untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup melalui instrumen informasi. Sistem peringkat kinerja PROPER mencakup pemeringkatan perusahaan dalam lima (5) warna yakni :

- Emas : Sangat sangat baik; skor = 5

- Hijau : Sangat baik; skor = 4
- Biru : Baik skor = 3
- Merah : Buruk; skor = 2
- Hitam : Sangat buruk skor = 1

Size

Size perusahaan bisa didasarkan pada jumlah aktiva (aktiva tetap, tidak berwujud dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar (Cahyonowati, 2003). Pada penelitian ini *size* perusahaan dinyatakan dengan jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan manufaktur yang sudah terdaftar di BEI. Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui bahwa semakin besar jumlah tenaga kerja yang dimiliki maka akan semakin besar pula tanggung jawab sosial yang harus diungkapkan (Bramantya, 2010), dan konsisten dengan Gray et. Al., (2001) yang menggunakan jumlah tenaga kerja sebagai ukuran untuk *size* perusahaan.

Profitabilitas

Sri Sulastini (2007) Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang

saham. Terdapat beberapa ukuran untuk menentukan profitabilitas perusahaan, yaitu : *return of equity, return on assets, earning per share, net profit* dan *operating ratio*.

Variabel profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Return On Asset (ROA)*. *ROA* adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan aktiva untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total (Stoner dan Sirait, 1994 dalam Bramantya, 2010). *Return on asset* merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus (Indira dan Dini, 2005):

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

Profile

Menurut Sulastini (2007), *profile* merupakan pandangan masyarakat tentang karakteristik yang dimiliki perusahaan berkaitan dengan bidang usaha, resiko, usaha karyawan yang dimiliki, dan lingkungan perusahaan. Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya dummy variabel digunakan untuk mengklasifikasikan *high-profile* dan *low-profile*. *High-profile* akan diberi nilai 1 yaitu untuk perusahaan-

perusahaan yang bergerak di bidang: perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi, dan pariwisata (Hasibuan, 2010; Utomo 2000). Nilai 0 diberikan untuk perusahaan yang *low-profile*, yang meliputi bidang bangunan, keuangan dan perbankan, supplier peralatan medis, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga.

Klasifikasi diatas telah digunakan dalam penelitian Hackston dan Milne (1996), Zuhroh dan Sukmawati (2003), dan Sembiring (2005). Ketiga penelitian tersebut merupakan penelitian yang mengidentifikasi pengaruh profile perusahaan terhadap keluasan pengungkapan *CSR*.

Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan Beasley (2000) dalam Sembiring (2005) yaitu jumlah anggota dewan komisaris. Menurut Coller dan Gregory (1999) dalam Sembiring (2005) dewan komisaris berfungsi untuk memonitor dan mengendalikan *CEO*, semakin besar jumlah anggota dewan komisaris maka akan semakin mudah untuk mengendalikan *CEO*, dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Ukuran dewan komisaris yang digunakan dalam penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Juholin (2004) dan Sembiring (2005), yaitu jumlah anggota dewan komisaris.

Leverage

Leverage yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan pengukuran yang digunakan Kokubu *et. al.* , (2001) yaitu rasio hutang terhadap modal sendiri. Semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio hutang / ekuitas) semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi (Belkaoui dan Karpik ,1989 dalam Rosmasita, 2007), supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial)

Konsentrasi Kepemilikan

Kepemilikan saham terkonsentrasi adalah suatu kondisi di mana sebagian besar saham dimiliki oleh sebagian kecil individu/kelompok sehingga individu atau kelompok tersebut memiliki jumlah saham relatif dominan dibandingkan dengan pemegang saham lainnya. Konsentrasi kepemilikan saham pada penelitian ini diproksi dengan jumlah kepemilikan terbesar oleh individu.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang tercatat (*go-public*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2010-2012. Penggunaan

perusahaan yang tercatat di BEI sebagai populasi karena perusahaan tersebut mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan tahunan kepada pihak luar perusahaan, sehingga memungkinkan data laporan tahunan tersebut diperoleh dalam penelitian ini. Selain itu sampel perusahaan adalah perusahaan yang terdaftar dalam laporan PROPER dari KemenLH (Kementerian Lingkungan Hidup).

Metode pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel ini cukup representatif karena Roscoe (1975) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa dalam analisis regresi berganda ukuran sampel hendaknya minimal sepuluh kali dari jumlah variabel dalam penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan (Indriantoro dan Bambang Supomo, 2002).

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari:

1. ICMD (*Indonesian Capital Market Directory*).
2. Data base pasar modal, pojok BEI fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, tahun 2010-2012, untuk mengetahui Informasi pengungkapan sosial yang diungkapkan.
3. Laporan PROPER dari KemenLH (Kementerian Lingkungan Hidup).

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data dengan kategori dan klasifikasi dari berbagai sumber dan juga data dari laporan tahunan yang dipublikasikan oleh BEI yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Metode Analisis

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus dilakukan dalam penelitian ini, untuk menguji apakah data memenuhi asumsi klasik. Hal ini untuk menghindari terjadinya estimasi yang bias mengingat tidak pada semua data dapat diterapkan regresi. Pengujian yang

dilakukan adalah uji Normalitas, uji Multikolinieritas, uji Heteroskedastisitas dan uji Autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam metode regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2005). Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas terjadi jika ada hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Ghozali, 2005). Untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilakukan dengan menganalisis korelasi antar variabel dan perhitungan nilai *tolerance* serta *variance inflationfactor (VIF)*. Multikolinieritas terjadi jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95% . Dan nilai *VIF* lebih besar dari 10, apabila *VIF* kurang dari 10 dapat dikatakan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model adalah dapat dipercaya dan objektif.

c. 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 (Ghozali, 2005). Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antar SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu x adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized. Dasar analisisnya adalah:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) akan mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik penyebaran di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka terjadi heteroskedastisitas.

Untuk lebih menjamin keakuratan hasil maka dilakukann uji statistic dengan menggunakan uji Glejser. Uji Glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen (Ghozali, 2005). Jika dari hasil uji Glejser didapat bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel depeden nilai absolut U_t ($AbsU_t$) dan probabilitas

signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% maka dapat diambil kesimpulan model regresi tersebut tidak mengandung adanya Heteroskedastisitas. Hasil pengujian ini sejalan dengan grafik scatterplot.

d. Uji Autokorelasi

Digunakan uji statistik dari Durbin Watson untuk mendeteksi apakah ada serial korelasi (Autokorelasi) atau tidak dalam data time series yang digunakan. Serial korelasi adalah problem dimana dalam sekumpulan observasi untuk variabel tertentu antara observasi yang satu dengan yang lain ada hubungan atau korelasi. Langkah awal pendeteksian ini adalah mencari nilai d dari analisis regresi dan selanjutnya mencari nilai d_l dan d_u pada tabel dengan kriteria (Ghozali, 2005). Pengambilan Keputusan ada tidaknya autokorelasi :

1. Bila nilai DW terletak antara batas atas atau upper bound (d_u) dan $(4-d_u)$, maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
2. Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah atau lower bound (d_l), maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW lebih besar daripada $(4-d_l)$, maka koefisien korelasi autokorelasi lebih kecil dari pada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
4. Bila nilai DW terletak diantara batas atas (d_u) dan batas bawah (d_l) atau DW terletak antara $(4-d_u)$ dan $(4-d_l)$, maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

Uji Regresi Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2005) 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 $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. 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.

Uji koefisien determinasi (R^2)

Ghozali (2005) menyatakan nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variabel independen. Tapi, karena R^2 mengandung kelemahan mendasar di mana adanya bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam model. Oleh karena itu, pada penelitian ini yang digunakan $\text{adjusted } R^2$ berkisar antar nol dan satu. Jika nilai $\text{adjusted } R^2$ makin mendekati satu maka makin baik kemampuan model tersebut dalam menjelaskan variabel dependen dan sebaliknya.

Uji Regresi Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2005) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

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

Uji Hipotesis

Metode regresi linier berganda (*multiple regression*) pada dasarnya merupakan ekstensi dari metode regresi dalam analisis bivariate yang umumnya digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen dengan skala pengukuran interval atau rasio suatu persamaan linear (Indriantoro dan Supomo, 2002).

Pengaruh antara karakteristik perusahaan dengan *CSR*, diukur dengan rumus,

sbb:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

Dimana :

a = konstanta

Y = *CSR*

X1 = kinerja lingkungan

X2 = *size*

X3 = *profitabilitas*

X4 = *Profile*

X5 = Jumlah anggota dewan komisaris

X6 = *leverage*

X7 = Konsentrasi kepemilikan

e = *Error*

b1, b2, b3, b4, b5, b6, b7 = koefisien regresi