

**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN, KINERJA  
KEUANGAN DAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* (GCG) TERHADAP  
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN  
(Studi Pada Perusahaan Yang Masuk *Index* KOMPAS 100  
di BEI Tahun 2008-2010)**

**Yeni Arum Sari, SE  
Universitas Diponegoro**

**Abstract**

The purpose of this study is to analyze the influence of the characteristics of company [SIZE, Type industry (BASE)], financial performance [liquidity (LIK), leverage (LEV) and Profitability (PRO)], Good Corporate Governance (GCG)[Public Ownership (PUB), The Board of Commissioners (KOM),] towards the disclosure of corporate social responsibility (CSR) on Index KOMPAS 100 companies listed in Indonesia Stock Exchange 2008-2010 period. This research uses *purposive sampling method* for taking samples. Analysis technique which is used in this research is multiple linier regression analysis.

Based on the statistical F shows that the model is fit because it has a significant value less than 5% of alpha value ( $\alpha$ ). Meanwhile, based on statistical T test shows that the LIK has a significant positive impact on CSR because it has a significant value less than 5%. Meanwhile, SIZE, BASE, LEV, PRO, PUB and KOM are not influencing on CSR because it has a significance value more than 5%. Result of the analysis shows that predictive ability of the seven independent variables(SIZE, BASE, LIK, LEV, PRO, PUB) is 17,3% and it has shown by adjusted R<sup>2</sup> value, the rest 82,7% is influenced by other variables outside the model of the research.

Key words : SIZE, BASE, LIK, LEV, PRO, PUB, KOM, disclosure of corporate social responsibility(CSR)

## I PENDAHULUAN

Daya tarik perusahaan pada saat ini tidak hanya dilihat dari kinerja *financial* maupun hanya kepentingan kesejahteraan para pemegang saham, yang perlu diperhatikan oleh perusahaan selain hal tersebut adalah dengan adanya keberadaan *stakeholder* di sekitar perusahaan, yang secara tidak langsung memberikan peran yang sangat besar terhadap perusahaan. Dengan memperhatikan *stakeholder*, perusahaan secara tidak langsung ikut berperan dalam mensejahterakan lingkungan perusahaan dan menyelamatkan lingkungan sebagai wujud kepedulian perusahaan yang disebut juga dengan *corporate social responsibility* atau yang dikenal dengan istilah *triple bottom line* yang dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan dan dapat memuaskan *stakeholder*, Rahman, *et al.*, (2010).

Adanya norma di dunia bisnis yang menyatakan bahwa perusahaan harus menerapkan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG), menjadi salah satu penyebab munculnya kembali isu tentang CSR, dimana CSR merupakan salah satu aktivitas yang dapat memenuhi salah satu prinsip GCG, yaitu *Responsibility*. Oleh karena itu CSR menjadi tema sentral baik organisasi nasional maupun internasional (Ambadar, 2008).

Salah satu alasan manajemen melakukan pelaporan sosial adalah untuk alasan strategis, penelitian yang dilakukan oleh Basamalah dan Jermias (2005). Meskipun belum bersifat

*compulsory*, tetapi dapat dikatakan bahwa hampir semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sudah mengungkapkan informasi mengenai CSR dalam laporan tahunannya dalam kadar yang beragam (Sayekti, *et al.*, 2007). Selain itu, dengan menerapkan CSR diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangan dalam jangka panjang, Kiroyan (2006). Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR diharapkan akan di respon positif oleh para pelaku pasar.

*Corporate social responsibility* merupakan informasi yang wajib diungkapkan baik dalam *annual report* perusahaan maupun disajikan secara terpisah dalam *sustainability report*. (Post *et al.*, 2002). Dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 1 point 3). Dalam Undang-undang tersebut mengatakan bahwa perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) mempunyai tanggung jawab sosial terhadap komunitas setempat dan lingkungan masyarakat umumnya. Implementasi atas peran tanggung jawab tersebut diatur dalam Pasal 74 UU Nomor 40 Tahun 2007, dan pelaksanaannya harus dilaporkan dalam laporan Tahunan perusahaan (pasal 66 ayat 2c).

Tanggung jawab sosial dan lingkungan juga diatur dalam UU Nomor 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal terkait dengan perusahaan yang terdaftar di pasar modal. Regulasi tersebut menjelaskan kewajiban bagi setiap penanam modal

untuk melaksanakan tanggung jawab sosial, menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal, dan mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan.

Munculnya isu tentang CSR pada perusahaan pada awalnya dipengaruhi adanya tekanan dari pihak luar dan hasil penelitian yang intensif yang dilakukan oleh lembaga swadaya masyarakat tentang peran perusahaan terhadap masyarakat disekitarnya, lingkungan disekitar perusahaan yang semakin rusak, hak-hak kaum buruh dan pekerja yang terabaikan yang mampu memojokkan perusahaan untuk membenahi kebijakan perusahaan serta memberikan kontribusi yang nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

Seperti kasus yang dilakukan oleh PT Aneka Tambang Tbk terjadi pencemaran lingkungan yang berada di Desa Wotgalih diakibatkan adanya penambangan pasir besi yang sudah merusak lingkungan, selain itu adanya pengrusakan di Pulau Gebe, Halmahera Tengah, ditandai dengan rusak parahnya tanah bekas penambangan yang merugikan masyarakat sekitar. Tampak betapa eratnya hubungan antara perusahaan dengan lingkungannya. Perusahaan yang memaksakan dirinya untuk mengeksploitir lingkungan sehingga menjadi rusak, ikut hancur bersama kerusakan lingkungan tersebut.

Kasus kedua terjadi pada PT Timah (Persero) Tbk, yang memborongkan penambangan kepada kontraktor lokal, karena menganggap kegiatan tersebut tidak ekonomis lagi

bila dilakukan sendiri, setelah jatuhnya harga timah di pasar dunia, pada September 2001. Penambangan inkonvensional secara otomatis mengejar keuntungan semata dan bersaing sesama mereka, sehingga terkadang menjadi penambangan liar, sehingga berkembang menjadi penambangan liar yang tidak terkendali, dan bahkan dapat menguasai sekitar 75-85% produksi PT Timah (Persero) Tbk (Ambadar, 2008). Selain itu PT Timah (Persero) Tbk juga telah beralih kepenambangan di lepas pantai, akibat pengerukan timah di lepas pantai tersebut terjadi perubahan topografi pantai yang sebelumnya landai menjadi curam. Hal ini akan menyebabkan daya abrasi pantai semakin kuat dan terjadi perubahan garis pantai yang semakin mengarah ke daratan. Aktivitas pengerukan dan pembuangan sedimen akan menyebabkan perairan di sekitar penambangan mengalami kekeruhan yang luar biasa tinggi. Radius kekeruhan tersebut akan semakin jauh ke kawasan lainnya jika arus laut semakin kuat. Karenanya, meskipun pengerukan tidak dilakukan di sekitar daerah terumbu karang, namun sedimen yang terbawa oleh arus bisa mencapai daerah terumbu karang yang bersifat fotosintetik sangat rentan terhadap kekeruhan (Syari, 2009).

Dengan adanya kasus-kasus tersebut, maka sebaiknya perusahaan ikut andil bagian melakukan program CSR kepada masyarakat dan *stakeholder*. Berdasarkan standar dari Bank Dunia, terdapat beberapa komponen utama dalam CSR yang meliputi : (1) perlindungan

lingkungan, (2) jaminan kerja, (3) Hak Asasi Manusia, (4) interaksi dan keterlibatan perusahaan dengan masyarakat, (5) standar usaha, (6) pasar, (7) pengembangan ekonomi dan badan usaha, (8) perlindungan kesehatan, (9) kepemimpinan dan pendidikan, dan (10) bantuan bencana kemanusiaan. Perusahaan yang berupaya untuk membangun citra positif perusahaannya, maka kesepuluh komponen tersebut harus diupayakan pemenuhannya. Dari uraian tersebut terlihat bahwa pelaksanaan CSR pada suatu perusahaan sangatlah bermanfaat.

Tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Guthrie dan Mathews, 1985 dalam Sembiring, 2003). Tuntutan atas pengungkapan tanggung jawab sosial ini mulai dengan asumsi bahwa perusahaan secara sosial mempunyai kewajiban sosial terhadap masyarakat (Shahed, 2000). Pengungkapan itu sendiri dapat dilakukan melalui beberapa media seperti laporan tahunan, iklan, *focus group*, serikat pekerja, *booklets*, *school education*, dan lain-lain. (Gray *et al.*, 2001).

Antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya, pasti ada faktor-faktor yang membedakannya seperti tingkat likuiditas, profitabilitas, tingkat *leverage*, ukuran perusahaan, basis perusahaan atau yang lainnya.

Dalam penelitian ini, komponen yang digunakan adalah karakteristik perusahaan, kinerja keuangan dan *good corporate governance* (GCG). Komponen karakteristik perusahaan yang digunakan adalah ukuran perusahaan (*size*) dan basis perusahaan (BASE). Komponen kinerja keuangan yang digunakan antara lain likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas. Sedangkan komponen *Good Corporate Governance* (GCG) yang digunakan kepemilikan publik (struktur kepemilikan) dan dewan komisaris (mekanisme tata kelola perusahaan). Dari variabel-variabel tersebut, akan diteliti variabel-variabel peneliti terdahulu yang menunjukkan hasil yang tidak konsisten (berbeda-beda). Sehingga dipilih berdasarkan adanya *research gap* dan adanya satu pengembangan model dari penelitian terdahulu yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

**Tabel 1.1**  
**Ringkasan Research Gap**

No.	Hubungan Variabel	Signifikan	Tidak Signifikan
1.	Ukuran Perusahaan	Sembiring (2003), Sembiring (2005), Darwis (2009), Kartika (2010), Badjuri (2011), Yusuf (2011)	Anggriani (2006), Kuntari dan Ari (2007), Rahman (2008), Said (2009)
2.	Basis Perusahaan	Kuntari dan Ari (2007)	Kartika (2010)
3.	Likuiditas	Yusuf (2007)	Kartika (2010), Badjuri (2011)
4.	<i>Leverage</i>	Yusuf (2011)	Sembiring (2003), KUntari dan Ari (2007), Badjuri (2011)
5.	Profitabilitas	Badjuri (2011)	Sembiring (2003), Sembiring (2005), Anggriani (2006), Darwis (2009), Rahman (2008), Kartika (2010)
6.	Kepemilikan Publik	Sutomo (2004)	Sembiring (2003), Badjuri (2011), Wakidi dan Hasan (2011), Yusuf (2011)
7.	Ukuran	Sembiring (2005).	Kuntari dan Ari

	Dewan Komisaris	Wakidi dan Hasan (2011).	(2007), Badjuri (2011)
--	-----------------	--------------------------	------------------------

## I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan menunjukkan bahwa tampak adanya permasalahan, yaitu **adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu yang tersaji pada tabel *Research Gap* yang telah diuraikan sebelumnya terkait dengan pengaruh SIZE, BASE, likuiditas, leverage, profitabilitas, kepemilikan publik dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.**

***Research problem*** (masalah penelitian) yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah **“Bagaimana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dipengaruhi oleh SIZE, BASE, likuiditas, leverage, profitabilitas, kepemilikan publik dan ukuran dewan komisaris.**

Oleh karena itu, Berdasarkan pada *problem statement* dan *research problem*, maka pertanyaan penelitian (*research question*):

1. Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan (SIZE) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang masuk index KOMPAS 100 tahun 2008-2010?
2. Apakah terdapat pengaruh basis perusahaan (BASE) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang masuk index KOMPAS 100 tahun 2008-2010?
3. Apakah terdapat pengaruh rasio likuiditas (LIK) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan pada perusahaan yang masuk index KOMPAS 100 tahun 2008-2010?

4. Apakah terdapat pengaruh rasio *leverage* (LEV) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang masuk index KOMPAS 100 tahun 2008-2010?
5. Apakah terdapat pengaruh rasio Profitabilitas (PRO) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang masuk index KOMPAS 100 tahun 2008-2010?
6. Apakah terdapat pengaruh rasio kepemilikan Publik (PUB) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang masuk index KOMPAS 100 tahun 2008-2010?
7. Apakah terdapat pengaruh ukuran dewan komisaris (KOM) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang masuk index KOMPAS 100 tahun 2008-2010?

## II. TELAHAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL

### Agency Theory

Teori keagenan memandang perusahaan sebagai *nexus of contracts*, yaitu organisasi yang terikat kontrak dengan beberapa pihak seperti pemegang saham, supplier, karyawan (termasuk manajer) dan pihak-pihak lain yang berkepentingan. Teori keagenan mengemukakan bahwa antara pihak *principal* (pemilik) dan *agent* (manajer) memiliki kepentingan yang berbeda sehingga memunculkan konflik yang dinamakan konflik keagenan (*agency conflict*). Struktur kepemilikan merupakan salah satu aspek *corporate governance* yang dipandang sebagai mekanisme kontrol yang tepat untuk mengurangi konflik keagenan karena meningkatkan proses monitoring dalam perusahaan (Darwis, 2009).

Jensen and Meckling, (1976) menjelaskan teori agensi adalah teori yang menjelaskan tentang hubungan antara *principal* dan agen. Teori Agensi menyatakan bahwa hubungan keagenan timbul ketika salah satu pihak (*principal*) memberi kuasa kepada pihak lain (agen) untuk melakukan beberapa jasa untuk kepentingannya yang melibatkan pendelegasian beberapa otoritas pembuatan keputusan kepada agen. Dalam kontrak ini agen berkewajiban untuk melakukan hal-hal yang memberikan manfaat dan meningkatkan kesejahteraan *principal*. Berdasarkan teori agensi tersebut, manajer berusaha memenuhi kepentingan stakeholder dengan cara mengungkapkan tanggung jawaban

sosial perusahaannya. Para stakeholder akan puas bila perusahaan yang mereka investasikan di dalamnya mengungkapkan pertanggungjawaban sosial yang akan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Variabel-variabel yang menggunakan *agency theory* dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan antara lain : ukuran perusahaan, basis perusahaan, likuiditas, *leverage*, jumlah dewan komisaris dan kepemilikan publik.

### Legitimacy Theory

Beberapa studi tentang pengungkapan tanggung jawab sosial menggunakan teori legitimasi sebagai basis menjelaskan praktik pengungkapan tanggung jawab sosial, Dowling dan Preffer (1975) dalam Chariri dan Ghozali (2007) menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi.

Definisi teori legitimasi menurut Dowling dan Preffer (1975) dalam Chariri dan Ghozali (2007) : Legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang diletakkan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.

Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras,

kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual atau potensi terjadi diantara kedua item nilai tersebut, maka ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan (Chariri dan Ghozali, 2007).

*Legitimacy theory* menyatakan bahwa organisasi harus secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa organisasi melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat. Legitimasi dianggap sebagai asumsi bahwa tindakan yang dilakukan suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas atau sesuai dengan sistem, norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Rawi dan Munandar, 2010).

Teori legitimasi penting bagi organisasi karena teori legitimasi didasari oleh batasan-batasan, norma-norma, nilai-nilai dan peraturan sosial yang membatasi perusahaan agar memperhatikan kepentingan sosial dan dampak dari reaksi sosial yang dapat ditimbulkan. Dengan melakukan pengungkapan sosial, perusahaan merasa keberadaan dan aktivitasnya terlegitimasi. Variabel yang menggunakan teori legitimasi dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu rasio profitabilitas.

### **Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering disebut juga sebagai *corporate social responsibility* adalah suatu kewajiban bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan semua kegiatan

operasional dan non operasional perusahaan dan akibatnya terhadap sosial dan lingkungan sekitarnya. CSR sangat berkaitan dengan proses pembangunan berkelanjutan, maksudnya seluruh kegiatan operasional dan non operasional perusahaan tidak hanya untuk memenuhi dan memperoleh keuntungan dari aspek finansial saja, tetapi juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungan sekitar (Wakidi dan Hasan, 2011).

*Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan oleh Bateman dan Snell (2002) sebagai '*...set of corporate action that positively affects an identifiable social stakeholder's interest and does not violate the legitimate claims of another identifiable social stakeholder (in long run)*'. Penilaian perusahaan sudah menjalankan CSR sangat tergantung pada seberapa banyak program yang dijalankan perusahaan yang dianggap berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat. Konsep ini sendiri sebenarnya berakar dari kritik *greedonomics* yang sangat kental dalam sistem ekonomi kapitalisme. Peralihan paradigma dari maksimalisasi keuntungan pada kesadaran sosial yang membuka jalan bagi kontribusi perusahaan dalam memecahkan masalah sosial yang diarahkan pada taraf perdamaian, kesetaraan, keadilan, serta kreativitas yang lebih tinggi.

Mengacu pada Penelitian Haniffa, *et al.*, (2005) maka pengukuran variabel CSR menggunakan *content analysis* yang mengukur *variety* dari CSR. *Content*

*analysis* adalah salah satu metode pengukuran CSR yang sudah banyak digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Lindenmann (1983) mendefinisikan *content analysis* sebagai berikut:

*A means for looking messages that are conveyed as part of the communication process, coding and classifying them as precisely and objectively as possible and then summarizing and explaining them quantitatively.*

Instrumen pengukuran CSR yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrument yang digunakan oleh Sembiring (2005), yang mengelompokkan informasi CSR ke dalam 7 kategori yaitu : lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan dan umum. Total item CSR berkisar antara 63 sampai dengan 78, tergantung jenis industri perusahaan.

### **Index KOMPAS 100**

*Index KOMPAS 100*. merupakan *Index* Harga Saham hasil kerjasama Bursa Efek Indonesia dengan harian KOMPAS. *Index KOMPAS 100* secara resmi diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) bekerjasama dengan koran Kompas pada hari Jum'at tanggal 10 Agustus 2007. Saham-saham yang terpilih untuk dimasukkan dalam *Index KOMPAS 100* selain memiliki likuiditas yang tinggi, serta nilai kapitalisasi pasar yang besar, juga merupakan saham-saham yang memiliki fundamental dan

kinerja yang baik. Saham-saham yang termasuk dalam *Index KOMPAS 100* diperkirakan mewakili sekitar 70-80% dari total Rp 1.582 triliun nilai kapitalisasi pasar seluruh saham yang tercatat di BEI, maka dengan demikian investor bisa melihat kecenderungan arah pergerakan *index* dengan mengamati pergerakan *Index KOMPAS 100*.

### **KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**

Karakteristik adalah faktor-faktor yang mempengaruhi di dalam penelitian yang merupakan hal penting untuk dilakukan. Dimana karakteristik akan memberikan gambaran tentang sifat perbedaan antar perusahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, serta dapat memberikan petunjuk tentang kondisi perusahaan pada suatu masa pelaporan.

Karakteristik perusahaan berguna dalam analisis laporan keuangan yaitu memberikan gambaran tentang tipe dan jumlah informasi yang disediakan oleh perusahaan dengan karakteristik tertentu. Karakteristik dapat berguna bagi pembuat kebijakan dalam menentukan bentuk dan isi pelaporan akuntansi oleh perusahaan. Karakteristik perusahaan yang digunakan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan antara lain :

### **Ukuran Perusahaan (SIZE)**

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan variabel penduga yang



digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan yang berukuran besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi di banding dengan perusahaan yang berukuran lebih kecil (Kartika, 2010).

Bukti bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh ukuran perusahaan telah ditemukan dalam penelitian sebelumnya. Hal ini umumnya dikaitkan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas. Selain itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005).

Ada tiga alternatif *proxy* yang dapat digunakan untuk menentukan besarnya ukuran perusahaan, yaitu melalui ukuran aktiva, hasil penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar (*market capitalized*). Dalam Penelitian ini alternatif yang digunakan adalah ukuran aktiva atau *total asset*.

Penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang positif, seperti penelitian yang dibuktikan oleh Sembiring (2003), Sembiring (2005), Darwis (2009), Kartika (2010) Badjuri (2011) dan Yusuf (2011).

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan (SIZE) yang di *proxy* oleh *log total asset* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>1</sub> : Ukuran perusahaan (SIZE) berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.**

### **Basis Perusahaan (BASE)**

Basis perusahaan dapat dikatakan sebagai tingkat kepemilikan saham, dimana dibedakan menjadi dua yaitu berbasis asing dan domestik. Perusahaan yang berproposisi kepemilikan saham sebagian besar dimiliki oleh asing dikategorikan berbasis asing [Penanam Modal Asing (PMA)], sementara yang sebagian besar dimiliki domestik dikategorikan berbasis domestik [Penanam Modal Dalam Negeri (PMDN)] (Badjuri, 2011). Sedangkan perusahaan yang termasuk dalam perusahaan domestic terdiri dari perusahaan BUMN dan Non BUMN.

Terdapat beberapa alasan yang dapat dikemukakan untuk kemungkinan perusahaan yang berbasis asing memberikan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan domestik. Pertama, perusahaan berbasis asing mendapatkan pelatihan yang lebih baik, misalnya dalam bidang akuntansi dari perusahaan induknya di luar negeri. Kedua, perusahaan berbasis asing mungkin mempunyai sistem informasi

manajemen yang lebih efisien untuk memenuhi kebutuhan pengendalian internal dan kebutuhan informasi perusahaan induknya. Ketiga, kemungkinan juga terdapat permintaan informasi yang lebih besar kepada perusahaan berbasis asing dari pelanggan, pemasok, analis dan masyarakat pada umumnya (Devina, *et al.*, 2004).

Penelitian mengenai pengaruh basis perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang positif, seperti penelitian yang dibuktikan oleh Kuntari dan Ari (2007).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa basis perusahaan (BASE) berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>2</sub> : Basis perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.**

## **KINERJA KEUANGAN DAN PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**

Secara internal, manajemen juga menggunakan analisa keuangan untuk pengendalian internal dan untuk menyediakan hal-hal yang dibutuhkan oleh penyedia modal mengenai kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Dari sudut pandang pengendalian internal. Manajemen perlu melakukan analisis keuangan demi perencanaan dan pengendalian yang efektif. Untuk merencanakan masa depan, manajer keuangan harus menilai posisi keuangan perusahaan

saat ini dan mengevaluasi peluang yang berhubungan dengan posisi perusahaan saat ini. Dalam hal ini pengendalian investasi yang disediakan oleh berbagai aktiva perusahaan, dan dengan semua aspek analisis keuangan yang digunakan oleh penyedia modal dari luar ketika mengevaluasi perusahaan.

Semakin meningkatnya kinerja keuangan diharapkan semakin tinggi pula perusahaan akan melakukan pengungkapan sosial, baik terhadap *stakeholder* maupun masyarakat sekitar. Dengan pengharapan perusahaan tidak hanya mengejar profit semata, tetapi juga memikirkan kesejahteraan para *stakeholder* dan lingkungan sekitar. Sehingga tidak ada pihak yang akan dirugikan.

Kinerja keuangan yang dipaparkan dalam pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan antara lain : rasio likuiditas (LIK), rasio *leverage* (LEV) dan rasio profitabilitas (PRO).

### **Rasio Likuiditas (LIK)**

Likuiditas yaitu rasio yang berfungsi untuk mengukur kemampuan jangka pendek perusahaan didalam memenuhi kewajiban jangka pendek yang telah jatuh tempo (Munawir, 2001).

Rasio likuiditas merupakan rasio yang bertujuan untuk mengukur likuiditas perusahaan. Semakin tinggi rasio likuiditas suatu perusahaan menunjukkan kuatnya kondisi keuangan perusahaan. Menurut Badjuri (2011) tingkat likuiditas dapat dipandang dari dua sisi. Kesehatan suatu perusahaan yang dicerminkan

dengan tingginya rasio likuiditas diharapkan berhubungan dengan luasnya tingkat pengungkapan informasi sosial perusahaan. Hal ini didasarkan dari adanya pengharapan bahwa secara finansial perusahaan yang kuat akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial daripada perusahaan yang lemah. Tetapi sebaliknya, jika likuiditas dipandang sebagai ukuran kinerja, perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas rendah perlu memberikan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan lemahnya kinerja dibanding perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang tinggi. Hal ini sejalan dengan Cooke (1989) yang mengutarakan bahwa perusahaan dengan rasio likuiditas yang tinggi akan cenderung untuk melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas kepada pihak luar karena ingin menunjukkan bahwa perusahaan tersebut kredibel. Dengan demikian semakin tinggi rasio likuiditas suatu perusahaan maka semakin tinggi luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan yang bersangkutan.

Dalam penelitian ini rasio likuiditas *di proxy* dengan menggunakan rasio lancar (*current ratio*). *Current ratio* merupakan salah satu rasio likuiditas yang menunjukkan perbandingan antara *current asset* terhadap *current liabilities* (Riyanto, 2001).

Penelitian mengenai pengaruh likuiditas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang positif,

seperti penelitian yang dibuktikan oleh Yusuf (2011).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa rasio likuiditas yang diwakili oleh *current ratio* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>3</sub> : Rasio Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.**

### **Rasio Leverage (LEV)**

Rasio *leverage* menggambarkan hubungan antara hutang perusahaan terhadap modal maupun asset. Rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh hutang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal (*equity*) (Harahap, 2002).

Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Meckling, 1976). Sedangkan dalam penelitian ini *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, sehingga disimpulkan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian

utang. Manajer akan memilih metode yang akan memaksimalkan laba sekarang. Kontrak utang biasanya berisi tentang ketentuan bahwa perusahaan harus menjaga tingkat *leverage* (rasio utang/ekuitas), *interest coverage*, modal kerja dan ekuitas pemegang saham (Watt dan Zimmerman, 1990 dalam Scoot, 1997). Oleh karena itu semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio utang/ekuitas) semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi (Belkauni & Karpik, 1989). Supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial).

Dalam penelitian ini rasio *leverage* di *proxy* oleh *debt to equity ratio* (DER). Rasio ini menunjukkan komposisi dari total hutang terhadap total ekuitas. Semakin tinggi DER menunjukkan komposisi total hutang semakin besar dibandingkan dengan total modal sendiri, sehingga berdampak semakin besar beban perusahaan terhadap pihak luar (kreditur). Oleh sebab itu untuk mengurangi hutang maka perusahaan akan berusaha mengurangi biaya-biaya yang dirasa tidak perlu, salah satu diantaranya dengan mengurangi biaya pengungkapan CSR.

Penelitian mengenai pengaruh rasio *leverage* dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang negatif, seperti penelitian yang dibuktikan oleh Sembiring (2003), Sembiring (2005),

Kunanti dan Ari (2007), Rahman dan Kurnia (2008), Darwis (2009), dan Badjuri (2011).

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa rasio *leverage* yang di *proxy* oleh DER berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>4</sub> : Rasio *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.**

#### **Rasio Profitabilitas (PRO)**

Rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Profitabilitas merupakan ukuran penting yang sering dipakai investor dalam pengambilan keputusan membeli atau menjual saham suatu perusahaan serta keputusan untuk memberikan pinjaman pada perusahaan.

Menurut teori legitimasi bahwa profitabilitas perusahaan menghasilkan hubungan yang negatif terhadap CSR. Sebab ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sedangkan dalam penelitian ini profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR, perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan mendorong manajer untuk memberikan informasi yang lebih terinci, sebab mereka ingin

menyakinkan investor terhadap profitabilitas perusahaan dan mendorong kompensasi terhadap manajemen. Belkaoui dan Karpik (1989) mengatakan bahwa dengan kepeduliannya terhadap masyarakat (sosial) menghendaki manajemen untuk membuat perusahaan menjadi *profitable*. Kartika (2010) menyatakan bahwa profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial perusahaan.

Dalam penelitian ini rasio profitabilitas di *proxy* dengan *Net Profit Margin* (NPM). *Net Profit Margin* menunjukkan rasio antara laba bersih setelah pajak atau *net income after tax* terhadap penjualan bersihnya. Rasio ini menunjukkan

berapa besar persentase pendapatan bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin besar rasio ini semakin baik karena dianggap kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba cukup tinggi. (Harahap, 2002).

Penelitian mengenai pengaruh profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang positif, seperti penelitian yang dibuktikan oleh Badjuri (2011).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas yang di *proxy* oleh NPM berpengaruh positif terhadap pengungkapan

tanggung jawab sosial perusahaan, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>5</sub> : Rasio profitabilitas (PRO) berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.**

### **GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG) DAN PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**

*Good Corporate Governance* atau yang biasa disingkat GCG berasal dari istilah "*corporate governance*" yang berarti tata kelola perusahaan, merupakan suatu bentuk analogi antara pemerintahan suatu Negara dengan pemerintah dalam suatu perusahaan (Becht *et al.*, 2002). Sebagaimana dalam pemerintah suatu Negara, dalam perusahaan juga terdapat berbagai kelompok dengan berbagai kepentingan untuk mencapai suatu tujuan. Oleh karena itu muncul sebuah konsep *corporate governance* dalam mengatasi suatu konflik kepentingan agar perusahaan dapat dikelola dengan baik.

Menurut OECD (*Organization for Economic Co-operation and Development*), *corporate governance* didefinisikan sebagai berikut :

"*Corporate governance is the system by which business corporations are directed and controlled. The corporate governance structure specifies the distribution of the right and responsibilities among different participants in the corporation, such as the board, managers, shareholders, and other stakeholders*".

(Corporate governance merupakan suatu sistem untuk mengarahkan dan mengendalikan perusahaan, struktur corporate governance menetapkan distribusi hak dan kewajiban di antara berbagai pihak yang terlibat dalam suatu korporasi seperti dewan direksi, para manager, para pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya).

Pengertian dan konsep *corporate governance* ini dilandasi dengan teori agensi (*agency theory*) dimana pengelolaan perusahaan harus diawasi dan dikendalikan untuk memastikan bahwa pengelolaan dilakukan dengan penuh kepatuhan terhadap berbagai peraturan dan ketentuan berlaku (Solihin, 2009). Dengan adanya mekanisme *corporate governance* ini, maka tindakan kecurangan yang dilakukan agen dapat diminimalisasi, sehingga tidak menimbulkan kerugian pada kedua belah pihak.

Untuk mencapai tujuan tersebut, maka perusahaan harus menerapkan prinsip-prinsip GCG seperti yang telah disebutkan dalam Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia. Prinsip-prinsip tersebut meliputi lima aspek yaitu : (Solihin, 2009)

1) Transparansi (*Transparency*)

Untuk menjaga obyektivitas dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menyediakan informasi relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Perusahaan harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan

perundang-undangan, tetapi juga hal yang penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur dan pemangku kepentingan lainnya.

2) Akuntabilitas (*Accountability*)

Perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu perusahaan harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

3) Responsibilitas (*Responsibility*)

Perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

4) Independensi (*Independency*)

Untuk melancarkan pelaksanaan asas GCG, perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak diintervensi oleh pihak lain.

5) Kewajaran dan Kesetaraan (*Fairness*)

Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan

pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajiban dan kesetaraan.

Untuk mewujudkan terciptanya *good corporate governance*, prinsip-prinsip tersebut harus dapat dicapai oleh perusahaan, dengan adanya kerjasama yang baik dari berbagai pihak baik di dalam maupun di luar perusahaan (Sholihin, 2009).

Implementasi program CSR oleh perusahaan pada hakikatnya bersifat orientasi dari dalam ke luar. Hal tersebut berarti sebelum melaksanakan aktivitas CSR perusahaan terlebih dahulu harus membenahi kepatuhan perusahaan terhadap hukum. Perusahaan harus menjalankan bisnisnya dengan baik sehingga dapat menjamin tercapainya maksimalisasi laba (*economic responsibilities*). Dengan menerapkan *corporate governance* (GCG) dengan baik maka program CSR akan dapat terlaksana dengan baik.

Pelaksanaan program CSR juga menjadi salah satu prinsip pelaksanaan GCG, sehingga perusahaan yang melaksanakan GCG sudah seharusnya melakukan pelaksanaan CSR. Dimana dalam GCG terdapat salah satu prinsip *responsibility*, dimana dalam prinsip tersebut dinyatakan. “Perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai “*good corporate citizen*”

RUPS atau pemegang saham, dewan direksi, dewan komisaris dan

karyawan merupakan organ-organ perusahaan memegang peranan kunci pelaksanaan GCG.

Dalam pembahasan pertanggung jawaban sosial pada *Index KOMPAS 100*, variabel yang digunakan mengacu pada ukuran kepemilikan publik (PUB) dan ukuran dewan komisaris (KOM).

### **Ukuran Kepemilikan Publik (PUB)**

Struktur kepemilikan merupakan jenis institusi atau perusahaan yang memegang saham terbesar dalam suatu perusahaan. Struktur kepemilikan dapat berupa investor individual, pemerintah, dan institusi swasta. Struktur kepemilikan terbagi dalam beberapa kategori. Secara spesifik kategori struktur kepemilikan meliputi kepemilikan oleh institusi domestik, institusi asing, pemerintah, karyawan dan individual domestik. Dalam pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan struktur kepemilikan yang digunakan adalah ukuran kepemilikan publik.

Ukuran kepemilikan publik adalah besarnya jumlah kepemilikan saham oleh masyarakat umum yang terdapat pada perusahaan. Semakin besarnya kepemilikan saham publik yang terdapat di perusahaan, maka mengindikasikan semakin banyaknya kegiatan operasional perusahaan yang diketahui oleh publik (Wakidi dan Hasan, 2011).

Badjuri (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang sahamnya banyak dimiliki publik menunjukkan perusahaan tersebut memiliki kredibilitas yang tinggi dimata masyarakat dalam memberikan

imbalan (*deviden*) yang layak dan dianggap mampu beroperasi terus menerus (*going concern*) sehingga cenderung akan melakukan pengungkapan informasi sosial lebih luas. Perusahaan dengan porsi kepemilikan publik lebih luas akan cenderung melakukan lebih banyak pengungkapan sosial karena dinilai memiliki tanggung jawab secara moral kepada masyarakat.

Rasio kepemilikan publik yang dimaksud disini adalah prosentase saham yang dimiliki oleh publik sesuai dengan yang tercantum dalam *Indonesian Capital Market Directory* tahun 2008-2010.

Penelitian mengenai pengaruh ukuran kepemilikan publik dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang positif, seperti penelitian yang dibuktikan oleh Sutomo (2004).

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa rasio kepemilikan publik (PUB) berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>6</sub> : Rasio kepemilikan publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.**

#### **Ukuran Dewan Komisaris (KOM)**

Ukuran dewan komisaris adalah jumlah anggota dewan komisaris. Dewan komisaris merupakan suatu mekanisme untuk mengawasi dan memberikan petunjuk serta arahan pada pengelola perusahaan atau pihak

manajemen. Dalam hal ini manajemen bertanggung jawab untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan, sedangkan dewan komisaris bertanggung jawab untuk mengawasi manajemen (Badjuri, 2011).

Menurut Badjuri (2011) melalui peran monitoring dewan komisaris, perusahaan dapat berjalan sesuai dengan peraturan yang berlaku dan terjaga sesuai dengan peraturan yang berlaku dan terjaga kelangsungan hidupnya (Dengan demikian dikaitkan dengan informasi sosial perusahaan, semakin besar ukuran dewan komisaris maka komposisi keahlian dan pengalaman yang dimiliki dewan komisaris akan semakin meningkat sehingga dapat melakukan aktivitas monitoring dengan baik. Dengan monitoring yang lebih baik maka diharapkan pengungkapan informasi CSR dapat lebih luas karena meminimalkan kemungkinan informasi yang ditutupi. Hal itu tersebut mendukung teori agensi dan sesuai dengan pendapat Coller dan Gregory (1999) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya.

Penelitian mengenai pengaruh ukuran dewan komisaris dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang positif, seperti penelitian yang



dibuktikan oleh Sembiring (2005), Wakidi dan Hasan (2011).

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa ukuran dewan komisaris (KOM) berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>7</sub> : Ukuran dewan komisaris (KOM) berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.**

### III METODE PENELITIAN

#### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang didapat dari *annual report*, *Indonesia Capital Market Directory* tahun 2008-2010.

#### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI dan yang masuk dalam *Index* KOMPAS 100.

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan metode *Purposive Sampling*, dengan beberapa kriteria pemilihan sampel antara lain:

1. Perusahaan tersebut dari tahun 2008 sampai dengan tahun 2010 terdaftar dalam *Index* KOMPAS 100 dan melaporkan diri pada BAPEPAM dan BEI,
2. Perusahaan secara aktif menerbitkan *annual report* tahun 2008-2010,
3. Kelompok perusahaan perbankan, asuransi, dan perusahaan efek tidak diikutsertakan.

Berdasarkan kriteria pemilihan sampel diperoleh total sampel sebanyak 28 perusahaan *Index* KOMPAS 100 tahun 2008-2010.

#### Definisi Operasional Variabel Variabel dependen

Pada penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah *corporate social responsibility index*.

$$CSR = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Dimana :

**CSR** : *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan

**n<sub>j</sub>** : Jumlah *item* untuk perusahaan j,  $n_j \leq 78$

**$\sum X_{ij}$**  : *Dummy variable* : 1 = jika *item* I diungkapkan; 0 = jika *item* I tidak diungkapkan

Dengan demikian,  $0 \leq CSR_j \leq 1$

#### Variabel Independen

##### Ukuran Perusahaan (SIZE)

Ukuran Perusahaan (SIZE) = *Log Total Asset*

##### Basis Perusahaan (BASE)

BASE = *dummy* 1 untuk PMDN, 0 untuk PMA

##### Rasio Likuiditas (LIK)

$$CR = \frac{\text{Current Asset}}{\text{Current Liabilities}}$$

Dimana :

**CR** : *Current Ratio*

**Current Asset** : Aktiva Lancar

**Current Liabilities** : Kewajiban Lancar

##### Rasio Leverage (LEV)

$$DER = \frac{\text{Total Debts}}{\text{Total Shareholders' Equity}}$$

Dimana :

**DER** : *Debt to Equity Ratio*

**Total Debts** : Total hutang

**Total Shareholder's Equity** : Jumlah Modal Sendiri

### Rasio Profitabilitas (PRO)

$$\text{NPM} = \frac{\text{NIAT}}{\text{Net Sales}}$$

Dimana :

**NPM** : *Net Profit Margin*

**NIAT** : *Net Income After Tax* (laba bersih setelah pajak)

**Net Sales** : Total Penjualan

### Rasio Kepemilikan Publik (PUB)

$$\text{PUB} = \text{Prosentase Saham yang ditawarkan oleh Publik}$$

### Ukuran Dewan Komisaris (KOM)

$$\text{KOM} = \text{Jumlah Anggota Komisaris}$$

### Metode Analisis

Pada penelitian ini untuk mencapai tujuan penelitian digunakan analisis regresi. Dimana persamaan regresi dalam penelitian ini dapat sebagai berikut:

$$\text{CSRI} = \beta_0 + \beta_1\text{SIZE} + \beta_2\text{BASE} + \beta_3\text{LIK} - \beta_4\text{LEV} + \beta_5\text{PRO} + \beta_6\text{PUB} + \beta_7\text{KOM} + e$$

Dimana :

**CSRI** : *Index* pegungkapn tanggung jawab sosial perusahaan

**SIZE** : *Log total assets*

**BASE** : *Dummy variabel* : Penanam Modal Asing (PMA) 0, Penanam Modal Dalam Negeri (PMDN) 1

**LIK** : perbandingan aktiva lancar dan hutang lancar

**LEV** : rasio hutang terhadap modal sendiri

**PRO** : rasio *earning after tax* dengan total aktiva

**PUB** : Prosentase saham yang dimiliki publik

**KOM** : Jumlah anggota dewan komisaris

$\beta_0$  : *Intercept* regresi

$\beta_1, \dots, \beta_7$  : Koefisien regresi

**e** : *Error*

### Uji Asumsi Klasik:

#### 1. Uji Multikolienaritas

Untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independet. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independet.

#### 2. Uji Autokorelasi

Untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Jika ada masalah autokorelasi, maka model regresi yang seharusnya signifikan, menjadi tidak layak untuk dipakai.

#### 3. Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain.

#### 4. Uji Normalitas

Untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependent dan variabel independent atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal (Singgih, 2000).

### Uji F - Statistik

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah permodelan yang dibangun memenuhi kriteria fit atau tidak.

Ha diterima apabila nilai  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  dan nilai probabilitas ( $\alpha$  5%), apabila nilai probabilitas ( $0,000 < \alpha$

(0,05) dikatakan bahwa permodelan yang dibangun memenuhi kriteria fit.

#### Uji Koefisien Determinasi

Pengujian ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen.

#### Uji T

Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah koefisien regresi dari variabel bebas secara individual (parsial) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya.

Ha diterima apabila nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel, maka  $H_a$  diterima, dan apabila signifikansi  $< 0,05$ .

## IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

### Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif meliputi jumlah data ( $N$ ), nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata sampel (mean), dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Berikut ini adalah tabel statistik deskriptif:

**Tabel 4.1**  
Hasil Analisis Statistik Deskriptif Penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	81	.46	0.78	.6500	.07884
SIZE	81	12.11	14.05	13.0150	0.45466
BASE	81	0	1	.79	.410
LIK	81	51.55	810.30	2.1155E2	149.67483
LEV	81	12.69	774.54	1.1848E2	127.80922
PRO	81	.12	67.89	14.4726	10.56685
PUB	81	8.74	76.28	37.7965	14.55542
KOM	81	3	11	6.28	2.051
Valid N (listwise)	81				

Sumber : Output SPSS, data diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.2, Nilai mean variabel CSR sebesar 65% dengan standar deviasi sebesar 0,07884. Nilai minimum sebesar 46%, dan nilai maksimum yaitu 78% .

Nilai minimum variabel SIZE yaitu 12,11% sedangkan nilai maksimum yaitu 14,05%.

Nilai mean variabel BASE sebesar 79% dan nilai maksimum sebesar 1%

Nilai mean variabel LIK sebesar 2,11% dengan standar deviasi sebesar 149,67. Nilai minimum sebesar 1% dan nilai maksimum 51,55%

Nilai mean variabel LEV sebesar 1,18% dengan standar deviasi sebesar 27,80. Nilai minimum sebesar 12,69% dan nilai maksimum yaitu 774,54%.

Nilai mean variabel PRO sebesar 14,47% dengan standar deviasi sebesar 10,566. Nilai minimum variabel DPR sebesar 0,12% dan nilai maksimum yaitu 67,89%.

Nilai mean variabel PUB sebesar 37,79% dengan standar deviasi sebesar 14,555. Nilai minimum variabel DPR sebesar 8,74% dan nilai maksimum yaitu 76,28%.

Nilai minimum variabel KOM sebanyak 3 orang sedangkan nilai maksimum sebanyak 11 orang. Dengan nilai standar deviasi sebesar 2.051.

## Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan tabel pada lampiran 1, terlihat bahwa tidak terdapat nilai *tolerance* yang kurang dari 0,1 atau nilai VIF yang lebih dari 10. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa model yang terbentuk tidak terdapat adanya gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

## 2. Uji Autokorelasi

Dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi. didapatkan nilai batas atas (du) pada tabel *Durbin Watson* 1,829 oleh karena itu DW 1,901 lebih besar dari batas atas (du) 1,829 dan kurang dari 4-1,829 (4-du), maka dapat disimpulkan bahwa tidak dapat menolak  $H_0$  yang menyatakan bahwa tidak ada autokorelasi positif atau negatif sehingga sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2000). Dapat dilihat pada lampiran bahwa grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun d bawah angka oada sumbu Y.

## 4. Uji Normalitas

Berdasarkan Grafik Histogram pada Lampiran dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang mendekati normal. Diuji pula dengan normal probabli plot, dimana pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal.

Selain itu ditampilkan pula tabel Kolmogorov-Smirnov. Pada tabel tersebut (terlampir) besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* adalah 0,617 dengan tingkat signifikansi 0,841 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan  $H_0$  diterima, pola residual terdistribusi secara normal dan konsisten dengan uji sebelumnya.

## Hasil Analisis Regresi Liner Berganda

### Uji F – Simultas

Berdasarkan Tabel terlampir, perhitungan diperoleh nilai F hitung sebesar 3,386 dan nilai signifikansi sebesar 0,003. Dasar pengambilan keputusan adalah tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 5% maka hipotesis diterima dan terdapat pengaruh variabel SIZE, BASE, LIK, LEV, PRO, PUB dan KOM secara simultan terhadap CSR.

Dari perhitungan dapat dilihat bahwa nilai F Hitung  $>$  F tabel ( $3,386 > 2,138$ ) maka dapat disimpulkan bahwa variabel SIZE, BASE, LIK, LEV, PRO, PUB dan KOM berpengaruh secara simultan terhadap CSR.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Data pada lampiran menunjukkan bahwa *adjusted R square* sebesar 0,173 atau 17,3%. Hal ini menunjukkan bahwa besar pengaruh SIZE, BASE, LIK, LEV, PRO, PUB dan KOM terhadap CSR yang diterangkan oleh model persamaan ini adalah sebesar 17,3% dan sisanya sebesar 82,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

### Hasil Uji – T

Berdasarkan tabel lampiran, maka dapat disusun persamaan sebagai berikut:

$$\text{CSR} = 0,668 + 0,001 \text{ SIZE} - 0,028 \text{ BAZE} + \text{LIK} - 5,239\text{E-5}$$

$$\text{LEV} + 0,001 \text{ PRO} + \text{PUB} \\ - 0,006 \text{ KOM}$$

## **Pembahasan**

### **1) Hipotesis 1 : Ukuran perusahaan (SIZE) berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan**

Dari hasil perhitungan uji secara parsial ukuran perusahaan (SIZE) diperoleh nilai t-hitung sebesar 0,033 dengan nilai signifikansi sebesar 0,974. Oleh karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka ukuran perusahaan (SIZE) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan hipotesis I ditolak.

Ukuran perusahaan (SIZE) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang berarti variabel SIZE tidak mempengaruhi CSR. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tingginya *total asset* yang dimiliki perusahaan tidak menimbulkan biaya keagenan yang semakin besar, sehingga perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya untuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang tinggi pula. selain itu tidak adanya pengaruh terhadap CSR adanya perbedaan sampel dengan penelitian sebelumnya.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006), Kuntari dan Ari (2007), Rahman (2008), Said (2009) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan (SIZE) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

### **2) Hipotesis 2 : Basis Perusahaan (BASE) berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan**

Dari hasil perhitungan uji secara parsial basis perusahaan (BASE) diperoleh nilai t-hitung sebesar -1,245 dengan nilai signifikansi sebesar 0,217. Oleh karena itu nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka BASE tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Hipotesis II ditolak.

Basis perusahaan (BASE) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang berarti variabel BASE tidak mempengaruhi CSR. Hal ini menunjukkan basis perusahaan tidak dapat dijadikan acuan terhadap luasnya pengungkapan sosial. Perusahaan yang berbasis asing cenderung lebih sedikit pengungkapan sosialnya dibandingkan dengan domestik. Hal ini dapat dikarenakan sedikitnya jumlah perusahaan asing yang ada di Indonesia (Kartika, 2010).

Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Kartika (2010) yang menyatakan bahwa BASE tidak berpengaruh terhadap CSR.

### **3) Hipotesis 3 : Rasio Likuiditas (LIK) berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan**

Dari hasil perhitungan uji secara parsial likuiditas (LIK) diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,885 dengan nilai signifikansi sebesar 0,005. Oleh

karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,005, maka berarti LIK berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan Hipotesis III diterima. Likuiditas perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan mendanai operasional perusahaan dan melunasi kewajiban jangka pendeknya. Dengan semakin tingginya rasio likuiditas diharapkan berhubungan dengan luasnya pengungkapan informasi sosial perusahaan. Hal ini didasarkan dari adanya pengharapan bahwa secara finansial perusahaan yang kuat akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial daripada perusahaan yang lebih lemah (Badjuri, 2011).

Dalam *agency theory*, manajemen sebagai pihak agen ingin menunjukkan kinerjanya kepada investor sebagai pihak *principal*, sehingga manajemen cenderung untuk *men-disclose* lebih banyak informasi ketika tingkat likuiditasnya tinggi.

Temuai ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Yusuf (2011) dan Cooke (1989) yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki rasio likuiditas yang tinggi cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas kepada pihak luar karena ingin menunjukkan bahwa perusahaan tersebut kredibel.

#### **4) Hipotesis 4 : Rasio *Leverage* (LEV) berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan**

Dari hasil perhitungan uji secara parsial *leverage* (LEV) diperoleh nilai t-hitung sebesar -0,672 dengan nilai

signifikansi sebesar 0,504. Oleh karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka berarti LEV tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Hipotesis IV ditolak. Tinggi rendahnya tingkat *leverage* yang dimiliki perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Leverage* terendah terjadi pada perusahaan PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk sebesar 12,69 namun sebaliknya CSR pada PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk tinggi sebesar 0,72. Hal ini mengidentifikasin bahwa semakin rendahnya *leverage* perusahaan, perusahaan semakin tinggi mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa *leverage* pada PT Perusahaan Gas Negara Tbk berpengaruh negatif terhadap CSR, hal ini mengidentifikasikan bahwa semakin sedikit tingkat *leverage* yang dimiliki oleh perusahaan, maka perusahaan tidak akan melanggar perjanjian utang karena perusahaan menekan tingkat *leverage* menjadi rendah. Sehingga rendahnya tingkat *leverage* perusahaan mampu melaporkan pengungkapan sosial perusahaan menjadi lebih tinggi. Namun hasil ini tidak signifikan pada alpha 5%.

Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2003), Sembiring (2005), Anggraini (2006), Kuntari dan Ari (2007), Rahman (2008), Darwis (2009), dan Badjuri (2011) bahwa variabel *leverage* (LEV) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan

tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

**5) Hipotesis 5 : Rasio Profitabilitas (PRO) berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan**

Dari hasil perhitungan uji secara parsial Profitabilitas (PRO) diperoleh nilai  $t$ -hitung sebesar 1,035 dengan nilai signifikansi sebesar 0,304. Oleh karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka berarti PRO tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Hipotesis V ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa besar kecilnya profitabilitas tidak akan mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini dapat dikarenakan baik perusahaan yang memiliki laba yang kecil maupun laba yang besar cenderung untuk berusaha memberikan pengungkapan sosial sesuai yang dibutuhkan oleh masyarakat terutama investor.

Hasil penelitian ini tidak berhasil mendukung teori legitimasi yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. 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, manajemen berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan, (misalnya dalam lingkungan sosial), dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Hal ini memberikan satu fenomena bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dapat menjadi satu bentuk alasan atau informasi kabar buruk perusahaan akibat memiliki profitabilitas yang rendah.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2003), Anggraini (2006), Rahman (2008), Darwis (2009), dan Kartika (2010) bahwa Profitabilitas (PRO) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

**6) Hipotesis 6 : Rasio Kepemilikan Publik (PUB) berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan**

Dari hasil perhitungan uji secara parsial Kepemilikan publik (PUB) diperoleh nilai  $t$ -hitung sebesar -0,539 dengan nilai signifikansi sebesar 0,592. Oleh karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka berarti PUB tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Hipotesis VI ditolak. Hal ini berarti tinggi rendahnya rasio kepemilikan publik pada suatu perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa publik sebagai pemilik perusahaan di Indonesia merupakan individu yang

terpisah-pisah sehingga kekuatan yang dimiliki untuk menekan manajemen cukup rendah (Sembiring, 2003).

Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2003), Badjuri (2011), Wakidi dan Hasan (2011) bahwa kepemilikan publik (PUB) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

**7) Hipotesis 7 : Ukuran Dewan Komisaris (KOM) berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan**

Dari hasil perhitungan uji secara parsial Ukura Dewan Komisaris (KOM) diperoleh nilai t-hitung sebesar -1,267 dengan nilai signifikansi sebesar 0,209. Oleh karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka berarti KOM tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan akan semakin luas. Dikaitkan dengan teori agensi dengan semakin besar ukuran dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO (manajemen puncak) dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Apabila dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen akan semakin besar untuk mengungkapkannya.

Sedangkan hasil penelitian ini menunjukk-an bahwa ukuran dewan

komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan kata lain, hipotesis VII dalam penelitian ini yaitu “adanya hubungan yang positif antara ukuran dewan komisari dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan” tidak dapat diterima. Dengan demikian, besar kecilnya ukuran dewan komisaris tidak akan mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kuntari dan Ari (2007), Said (2009) dan Badjuri (2011) bahwa ukuran dewan komisaris (KOM) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

## **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN**

### **Kesimpulan**

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan:

1. Perbedaan hasil penelitian dengan penelitian terdahulu karena perbedaan model penelitian, perbedaan penggunaan alat analisis, kondisi ekonomi yang berbeda, dan perbedaan pemilihan *proxy* yang digunakan untuk mengukur variabel independen.
2. Dari tujuh hipotesis hanya satu hipotesis diterima yaitu hipotesis keempat (H4).

### **Implikasi Teoritis**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen yaitu SIZE, BASE, LIK, LEV, PRO, PUB, dan KOM dapat digunakan untuk memprediksi pengungkapan



tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada kelompok perusahaan *Index* KOMPAS 100 pada periode tahun 2008-2010. Hasil penelitian ini mempertegas penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa :

1. Variabel Ukuran Perusahaan (SIZE) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada kelompok perusahaan *Index* KOMPAS 100 periode 2008-2010. Hasil temuan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006), Kuntari dan Ari (2007), Rahman (2008) bahwa SIZE tidak berpengaruh terhadap CSR.
2. Variabel Basis Perusahaan (BASE) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada kelompok perusahaan *Index* KOMPAS 100 periode 2008-2010. Hasil temuan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kartika (2010) bahwa BASE tidak berpengaruh terhadap CSR.
3. Variabel likuiditas (LIK) berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada kelompok perusahaan *Index* KOMPAS 100 periode 2008-2010. Semakin tingginya rasio likuiditas diharapkan berhubungan luas dengan tingkat pengungkapan informasi sosial perusahaan. Hasil temuan ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Yusuf (2011) bahwa variabel LIK mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap CSR.
4. Variabel *leverage* (LEV) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada kelompok perusahaan *Index* KOMPAS 100 periode 2008-2010. Hasil temuan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2003), Sembiring (2005), Anggraini (2006), Kuntari dan Ari (2007), Rahman (2008), Darwis (2009), dan Badjuri (2011) bahwa LEV tidak berpengaruh terhadap CSR.
5. Variabel profitabilitas (PRO) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada kelompok perusahaan *Index* KOMPAS 100 periode 2008-2010. Hasil temuan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2003), Anggraini (2006), Rahman (2008), Darwis (2009) dan Kartika (2010) bahwa PRO tidak berpengaruh terhadap CSR.
6. Variabel kepemilikan publik (PUB) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada kelompok perusahaan *Index* KOMPAS 100 periode 2008-2010. Hasil temuan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2003), Badjuri (2011), Wakidi dan Hasan (2011) bahwa PUB tidak berpengaruh terhadap CSR.
7. Variabel jumlah dewan komisaris (KOM) tidak berpengaruh

terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada kelompok perusahaan *Index KOMPAS 100* periode 2008-2010. Hasil temuan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kuntari dan Ari (2007), Badjuri (2011) bahwa KOM tidak berpengaruh terhadap CSR.

### **Implikasi Manajerial**

Berdasarkan hasil penelitian, yang paling berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada kelompok perusahaan *Index KOMPAS 100* pada tahun 2008-2010 adalah variabel likuiditas. Perusahaan perlu memperhatikan likuiditas perusahaan, dengan meningkatnya likuiditas menunjukkan kuatnya kondisi keuangan perusahaan, sehingga dengan meningkatkan likuiditas perusahaan akan semakin luas mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini didasarkan dari adanya pengharapan bahwa secara finansial perusahaan yang kuat akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial dari pada perusahaan yang lebih lemah.

### **Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan penelitian ini terletak pada periode pengamatan yang hanya menggunakan tiga tahun pengamatan, sehingga memungkinkan praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diamati kurang menggambarkan kondisi yang sebenarnya. Keterbatasan lainnya adalah tingkat *Adjusted R square*

rendah sebesar 17,3%, menunjukkan bahwa sebesar 17,3% variasi variabel CSR pada kelompok perusahaan *Index KOMPAS 100* yang terdaftar di BEI dapat diterangkan oleh variasi variabel Ukuran Perusahaan (SIZE), Basis Perusahaan (BASE), Likuiditas (LIK), *Leverage* (LEV), Profitabilitas (PRO), Kepemilikan Publik (PUB) dan Ukuran Dewan Komisaris (KOM) sedangkan sisanya 82,7% dipengaruhi variabel lain di luar model penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya variabel likuiditas (LIK) berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada kelompok perusahaan *Index KOMPAS 100* periode 2008-2010, sedangkan variabel SIZE, BASE, LEV, PRO, PUB dan KOM tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Dengan demikian perlu adanya penambahan variabel penelitian dan jumlah sampel untuk pengamatan mendatang.

Terdapat unsur subjektivitas dalam menentukan indeks pengungkapan. Hal ini dikarenakan tidak adanya ketentuan baku yang dapat dijadikan standar acuan, sehingga penentuan indeks untuk indikator dalam kategori yang sama dapat berbeda untuk setiap peneliti.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Allen, F., dan D. Gale (2000), "*Diversity of Opinion and Financing of New Technologies*". **Journal of Financial Intermediation**, Vol. 8: pp. 68-89.

- Ambadar, Jackie, 2008, **CSR dalam Praktik di Indonesia**. PT. Elexmedia Komputindo. Jakarta.
- Anggraini, Fr. R. R., 2006, "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)", **Simposium Nasional Akuntansi 9**. Padang, 23-26 Agustus. PP. 1-21.
- Badjuri, Achmad, 2011, "Faktor-Faktor Fundamental. Mekanisme Corporate Governance, Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Manufaktur Dan Sumber Daya Alam Di Indonesia", **Dinamika Keuangan Dan Perbankan**, Vol. 3, No. 1, Mei, PP. 38-54.
- Basamalah, Anies S., and Johnny Jermias, 2005, "Social and Environmental Reporting and Auditing in Indonesia : Maintaining Organizational Legitimacy?", **Gajahmada International Journal of Business**, January-April 2005, Vol. 7, No. 1, PP. 109-127.
- Bateman, T.S., and Snell, S.A., 2002, **Managemnet Competing in The New Era (5<sup>th</sup> edition)**, McGraw Hill/Iewin NY.
- Becht, Macro, Bolton, Patrick & Roell, Aisa, 2002, "Corporate Governance and Control", **Uropean Corporate Governance Institute**. Finance Working Paper. No. 02.
- Belkauli, A. and Karpik, P.G, 1989, "Audit Committee Of The Corporate Decision To Disclosure Social Information", **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, Vol. 2 No. 1, pp.36-51.
- Beasley, Mark S. dan Steven E. Salterio, 2001, "The Relationship Between Beard Characteristics and Voluntary Improvements in Audit Committee Composition and Experience", **Contemporary Accounting Research**, Vol. 18, No. 4. pp. 439-570.
- Cooke, T.E, 1989, "Voluntary Corporate Disclosure by Swedish Companies", **Journal Of International Financial Management and Acoounting**, 2 (Summer) : 113-134.
- Coller, P., and A. Gregory, 1999, "Audit Committee Activity and Agency Costs", **Journal Of Accounting and Public Policy**, Vo.18 (4-5), PP. 311-332.
- Darwis, Herman, 2009, "Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Financial Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan High Profile Di BEI", **Jurnal Keuangan Dan Perbankan**, Vol. 13 No. 1 Januari. Hal. 52-61.
- Devina, Florence, Suryanto L dan Zulaikha, 2004, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Public di Bursa

- Efek Jakarta (BEJ)*”, **Jurnal Maksi**, Vol. 4, Agustus, PP. 161-177.
- Ferdinand, Augusty, 2011, **Metode Penelitian Manajemen (Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Desertasi Ilmu Manajemen)**, Edisi Ketiga, Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Iman, 2006, **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**. Cetakan IV. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- dan Anis Chariri, 2007, **Teori Akuntansi**. Semarang : Undip.
- Gray, R, Javad, M, Power, David M, and Sinclair C. Donald, 2001, “*Social And Environmental Disclosure, And Corporate Characteristic : A. Research Note And Extension*”, **Journal Of Business Finance and Accounting**, Vol. 28, No. 3, pp 327-356.
- Gujarati, Damodar N., 1995, **Essentials Of Econometric**, Boston : Irwin McGraw Hill.
- Hadi, Nor, 2011, **Corporate Social Responsibility**, Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Haniffa, R.M., and T.E. Cooke, 2005, “*The Impact Of Culture and Governance On Corporate Social Reporting*”, **Journal Of Accounting and Public Policy** **24**, PP. 391-430.
- Husein, Umar, 2002, **Research Method in Financial and Banking**, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Harahap, Sofyan Syafri, 2002. **Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan**, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Ikhsan, Arfan dan Ishak, Muhammad, 2005, **Akuntansi Keperilakuan**, Jakarta : Salemba Empat.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 1999, **Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen**, Yogyakarta : BPFE
- Jensen, M. dan W. Meckling, 1976, “*Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency, and Ownership Structure*”, **Journal of Financial Economics**, Vol. 3. (October): PP. 305-360.
- Jensen, M.C. dan J.B. Warner, 1988, “*The Distribution of Power Among Corporate Managers, Shareholders, and Directors*”, **Journal of Financial Economics**, Vol. 20. PP. 3-24.
- Kartika, Andi, 2010, “*Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI)*”, **Dinamika Keuangan dan Perbankan**, Vol. 2, No.1, Mei, PP. 62-82.
- Kiroyan, Noke, 2006, “*Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) Adakah Kaitan di Antara Keduanya?*”, **Economics Business Accounting Review**, Edisi III,

- September-Desember 2006, Hal.45-58.
- Kuntari, Yeni dan Ari Sulistyani, 2007, "*Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Indeks Letter Quality (LQ-45) Tahun 2005*", **ASET**, Volume 9, Nomer 2, Agustus, PP. 464-493.
- Lindenmann, 1983, "*Content Analysis*", **Public Relations Journal**, July 1983, PP. 24-26.
- Munawair, S, 2001, **Analisa Laporan Keuangan**, Yogyakarta : Liberty.
- Post, E. James & Lawrence, T. Anne & Weber, James, 2002, **Business and Society : Corporate Strategy, Public Policy, Ethics**. Edisi ke-10. McGraw Hill.
- Rachman, N. M, Asep Afendi dan Emir Wicaksana, 2010, **Panduan Lengkap Perencanaan Corporate Social Responsibility (CSR)**, Jakarta : Penebar Swadaya.
- Rahman, Arief and Kurnia Nur Widyasari, 2008. "*The Analysis Of Company Characteristic Influence Toward CSR Disclosure : Empirical Evidence Of Manufacturing Companies Listed In JSX*", **Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia**, Volume 12, No. 1, Juni, PP. 25-35.
- Rawi dan Munandar Muchlish, 2010, "*Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusi, Leverage dan Corporate Social Responsibility*". **Makalah disampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi XII**, Purwokerto.
- Riyanto, Bambang, 2001, **Dasar-Dasar Pembelajaran Perusahaan**. Yogyakarta : BPF.
- Said, Roshima, Y. Zainuddin, dan H. Haron. 2009. "*The Relationship Between Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Governance Characteristics In Malaysian Public Listed Companies*". **Social Responsibility Journal**, Vol. 5, No.2, PP. 212-226.
- Sayekti, Yosefa dan Ludovicus Sensi Wondabio, 2007, "*Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient (Studi Kasus Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta)*", **Simposium Nasional Akuntansi X**, UNHAS Makassar 26-28 Juli, pp. 1-35.
- Scott, William R, 1997, **Financial Accounting Theory**, New Jersey : Prentice Hall.
- Sembiring, Eddy. Rismanda, 2003, "*Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan Pada Hutang, Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*", **Simposium Nasional Akuntansi VI**, Surabaya, 16-17 Oktober. PP. 249-259.
- , 2005, "*Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Study Empiris Pada*

- Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta*".  
**Simposium Nasional Akuntansi VIII**, Solo, 15-16 September. PP. 379-395.
- Shahed, Imam, 2000, "*Corporate Social Performance Reporting in Bangladesh*", **Managerial Auditing Journal**, Vol. 15 No. 3, PP. 133-141.
- Singgih Santoso, 2000, **Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik**. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Simanjuntak, Binsar H. dan Lusi Widiastuti, 2004, "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta*", **Jurnal Riset Akuntansi Indonesia**, Vol. 7, No. 3, September, PP. 351-366.
- Solihin, Ismail, 2009, **Corporate Social Responsibility From Charity to Sustainability**. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono, Ery Wibowo, 2001, **Statistik Penelitian dan Aplikasinya dengan SPSS 10,0 for Widows**, Bandung : Alfabeta.
- , 2002, **Statistik Untuk Penelitian**, Bandung : Alfabeta
- Sutomo, Ibnu, 2004, "*Pengaruh Rasio Likuiditas, Solvabilitas, Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Sukarela Pada Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empris Pada Perusahaan Go Publik di BEJ)*", tesis, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Wahid Sulaiman, 2004, **Analisis Regresi Menggunakan SPSS : Contoh Kasus dan Pemecahannya**, Yogyakarta : ANDI.
- Wakidi, Rivi Hamdani dan Hasan Sakti Siregar, 2011, "*Pengaruh Sisi Internal Dan Eksternal Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI*", **Jurnal Ekonomi**, Vol. 14, No. 4, September, PP. 180-190.
- Yusuf, Muhammad, 2011, "*Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan High Profile Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2005-2007*", **Jurnal Binus Business Review**, Vol. 2. No. 1, Mei. ISSN 2087-1228.
- [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

## **ITEM-ITEM PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**

### **KATEGORI : LINGKUNGAN**

1. Pengendalian polusi kegiatan operasi; pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi;
2. Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi;
3. Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi;
4. Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi;
5. Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas;
6. Penggunaan material daur ulang;
7. Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan;
8. Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan;
9. Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan;
10. Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah;
11. Pengolahan limbah;
12. Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan;
13. Perlindungan lingkungan hidup.

### **ENERGI**

1. Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi;
2. Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi;
3. Mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang;
4. Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi;
5. Pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk;
6. Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk;
7. Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan.

### **KESEHATAN DAN KESELAMATAN TENAGA KERJA**

1. Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja;
2. Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental;
3. Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja;
4. Mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja;
5. Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja;
6. Menetapkan suatu komite keselamatan kerja;
7. Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja;
8. Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja.

### **LAIN-LAIN TENAGA KERJA**

1. Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat;

2. Mengungkapkan prosentase/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat managerial;
3. Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan;
4. Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat;
5. Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja;
6. Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan;
7. Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja;
8. Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan;
9. Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan;
10. Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi;
11. Pengungkapan prosentase gaji untuk pensiun;
12. Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan;
13. Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan;
14. Mengungkapkan tingkatan managerial yang ada;
15. Mengungkapkan disposisi staff- di mana staff di tempatkan;
16. Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka;
17. Mengungkapkan statistik tenaga kerja, misal penjualan per tenaga kerja;
18. Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut;
19. Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja;
20. Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain;
21. Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja;
22. Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan;
23. Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah;
24. Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh;
25. Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja;
26. Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan;
27. Peningkatan kondisi kerja secara umum;
28. Informasi re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja;
29. Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja.

## **PRODUK**

1. Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya;
2. Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk;
3. Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk;
4. Pengungkapan bahwa produk memenuhi standard keselamatan;
5. Membuat produk lebih aman untuk konsumen;
6. Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan;
7. Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk;



8. Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan;
9. Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan;
10. Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (Misalnya ISO 9000).

#### **KETERLIBATAN MASYARAKAT**

1. Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni;
2. Tenaga kerja paruh waktu (*part-time employment*) dari mahasiswa/pelajar;
3. Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat;
4. Membantu riset medis;
5. Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni;
6. Membiayai program beasiswa;
7. Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat;
8. Mensponsori kampanye nasional;
9. Mendukung pengembangan industri lokal.

#### **UMUM**

1. Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat;
2. Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan yang disebutkan di atas.

Sumber : Sembiring, 2005

**LAMPIRAN II**  
**HASIL ITEM PENGUNGKAPAN**  
**TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	81	.46	.78	.6500	.07884
SIZE	81	12.11	14.05	13.0150	.45466
BASE	81	0	1	.79	.410
LIK	81	51.55	810.30	2.1155E2	149.67483
LEV	81	12.69	774.54	1.1848E2	127.80922
PRO	81	.12	67.89	14.4726	10.56685
PUB	81	8.74	76.28	37.7965	14.55542
KOM	81	3	11	6.28	2.051
Valid N (listwise)	81				

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KOM, LIK, PUB, PRO, BASE, SIZE, LEV <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: CSR

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.495 <sup>a</sup>	.245	.173	.07171	1.901

a. Predictors: (Constant), KOM, LIK, PUB, PRO, BASE, SIZE, LEV

b. Dependent Variable: CSR

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.122	7	.017	3.386	.003 <sup>a</sup>
	Residual	.375	73	.005		
	Total	.497	80			

a. Predictors: (Constant), KOM, LIK, PUB, PRO, BASE, SIZE, LEV

b. Dependent Variable: CSR

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.668	.255		2.618	.011		
SIZE	.001	.020	.004	.033	.974	.755	1.324
BASE	-.028	.022	-.144	-1.245	.217	.772	1.295
LIK	.000	.000	.329	2.885	.005	.795	1.258
LEV	-5.239E-5	.000	-.085	-.672	.504	.648	1.544
PRO	.001	.001	.123	1.035	.304	.738	1.355
PUB	.000	.001	-.059	-.539	.592	.872	1.147
KOM	-.006	.005	-.152	-1.267	.209	.719	1.390

a. Dependent Variable: CSR

**Coefficient Correlations<sup>a</sup>**

Model		KOM	LIK	PUB	PRO	BASE	SIZE	LEV	
1	Correlations	KOM	1.000	-.012	-.029	.040	.263	-.423	.043
		LIK	-.012	1.000	.115	-.058	.035	.068	.340
		PUB	-.029	.115	1.000	-.048	-.297	-.082	-.065
		PRO	.040	-.058	-.048	1.000	.074	-.103	.439
		BASE	.263	.035	-.297	.074	1.000	.109	-.043
		SIZE	-.423	.068	-.082	-.103	.109	1.000	-.054
		LEV	.043	.340	-.065	.439	-.043	-.054	1.000
		Covariances	KOM	2.125E-5	-3.450E-9	-7.811E-8	1.620E-7	2.703E-5	-3.957E-5
LIK	-3.450E-9		3.611E-9	4.089E-9	-3.080E-9	4.694E-8	8.300E-8	1.591E-9	
PUB	-7.811E-8		4.089E-9	3.481E-7	-2.504E-8	-3.896E-6	-9.841E-7	-2.967E-9	
PRO	1.620E-7		-3.080E-9	-2.504E-8	7.802E-7	1.463E-6	-1.846E-6	3.023E-8	
BASE	2.703E-5		4.694E-8	-3.896E-6	1.463E-6	.000	4.904E-5	-7.485E-8	
SIZE	-3.957E-5		8.300E-8	-9.841E-7	-1.846E-6	4.904E-5	.000	-8.472E-8	
LEV	1.549E-8		1.591E-9	-2.967E-9	3.023E-8	-7.485E-8	-8.472E-8	6.077E-9	

a. Dependent Variable: CSR

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Dime Model	nsion	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions								
				(Constant)	SIZE	BASE	LIK	LEV	PRO	PUB	KOM	
1	1	6.463	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.779	2.880	.00	.00	.00	.06	.26	.07	.00	.00	.00
	3	.257	5.011	.00	.00	.01	.62	.02	.33	.01	.00	.00
	4	.227	5.335	.00	.00	.43	.00	.22	.10	.02	.03	.03
	5	.150	6.563	.00	.00	.05	.14	.40	.41	.07	.14	.14
	6	.088	8.547	.00	.00	.25	.07	.01	.00	.83	.10	.10
	7	.035	13.583	.01	.01	.23	.10	.09	.08	.05	.58	.58
	8	.000	116.804	.99	.99	.02	.01	.00	.01	.00	.14	.14

a. Dependent Variable: CSR

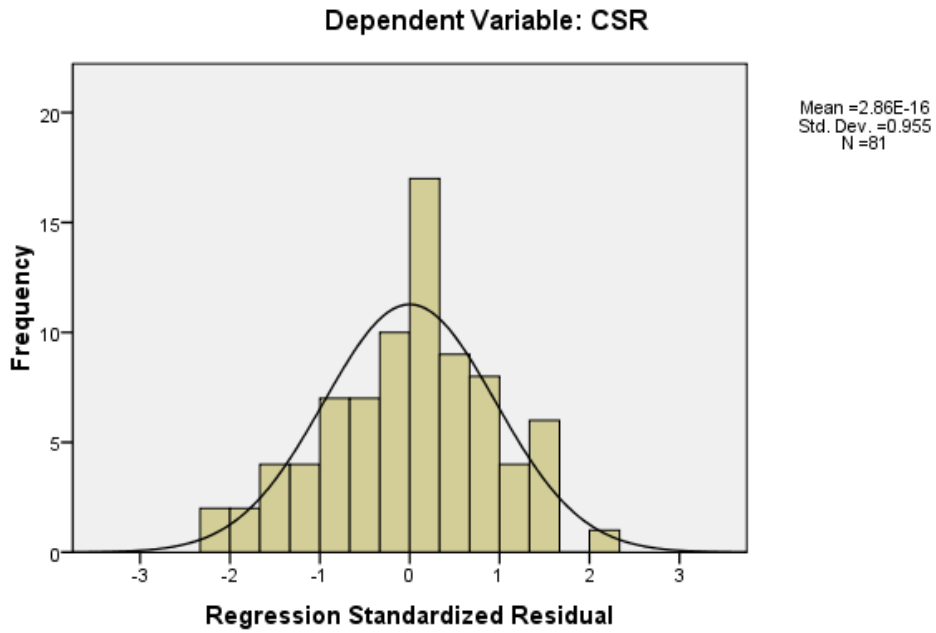
**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	.5768	.7610	.6500	.03903	81
Std. Predicted Value	-1.874	2.843	.000	1.000	81
Standard Error of Predicted Value	.012	.047	.021	.007	81
Adjusted Predicted Value	.5479	.7840	.6508	.04102	81
Residual	-.15720	.15589	.00000	.06850	81
Std. Residual	-2.192	2.174	.000	.955	81
Stud. Residual	-2.244	2.281	-.004	1.011	81
Deleted Residual	-.20097	.17169	-.00078	.07741	81
Stud. Deleted Residual	-2.310	2.351	-.006	1.024	81
Mahal. Distance	1.207	32.822	6.914	5.755	81
Cook's Distance	.000	.411	.018	.050	81
Centered Leverage Value	.015	.410	.086	.072	81

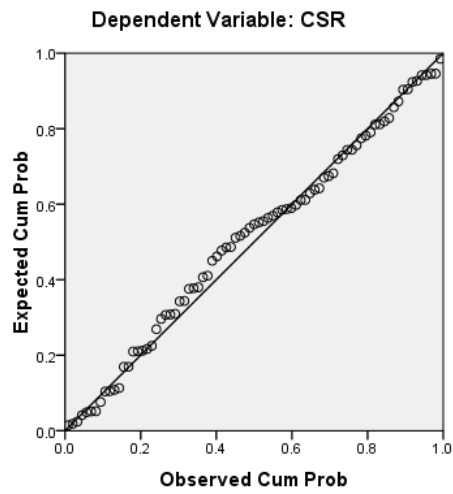
a. Dependent Variable: CSR

# Charts

## Histogram

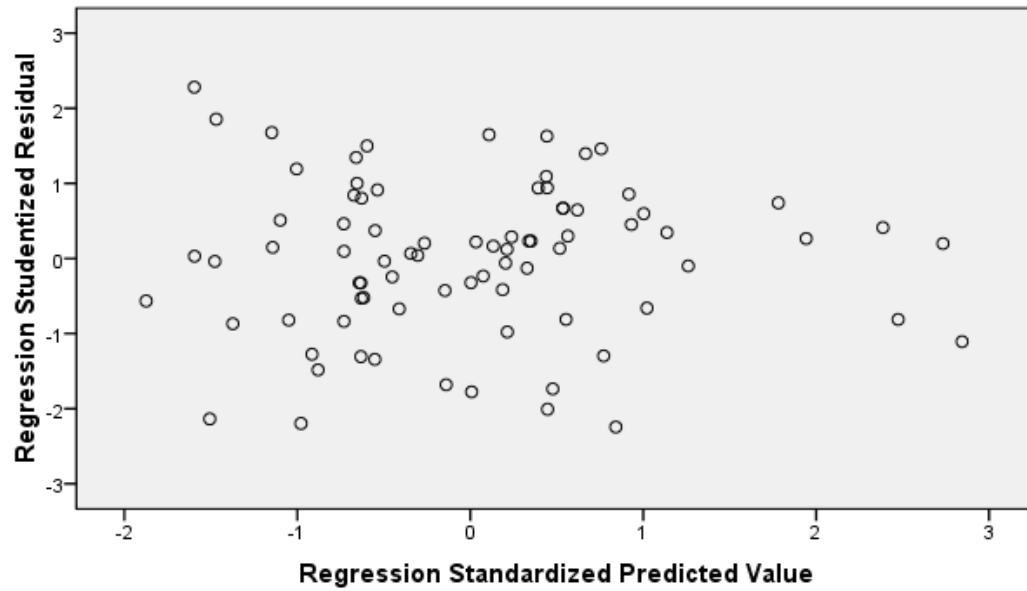


## Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



### Scatterplot

Dependent Variable: CSR



### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.06850177
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.046
	Negative	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z		.617
Asymp. Sig. (2-tailed)		.841

a. Test distribution is Normal.