

**PENGARUH *CORPORATE GOVERNANCE* DAN
KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY***



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

IZZA ASHSIFA

NIM. 12030112140178

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2016**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Izza Ashsifa
Nomor Induk Mahasiswa : 12030112140178
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi
Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE GOVERNANCE*
DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN
TERHADAP PENGUNGKAPAN
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***
Dosen Pembimbing : Dr. P. Th. Basuki Hadiprajitno, MBA, MAcc, Akt

Semarang, 27 Januari 2016

Dosen Pembimbing,



Dr. P. Th. Basuki H., MBA, MAcc, Akt

NIP. 19610109 198803 1001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Izza Ashsifa
Nomor Induk Mahasiswa : 12030112140178
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi
Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE GOVERNANCE*
DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN
TERHADAP PENGUNGKAPAN
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 29 Februari 2016

Tim Penguji:

1. Dr. P. Th Basuki Hadiprajitno, MBA, MAcc, Akt.

(.....)

2. Prof. Dr. H. Abdul Rohman, S.E., M.Si., Akt.

(.....)

3. Herry Laksito, S.E., M.Adv., Acc., Akt.

(.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Izza Ashsifa, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, 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, 27 Januari 2016

Yang membuat pernyataan,

Izza Ashsifa

NIM. 12030112140178

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of corporate governance and firm characteristics on the extent of corporate social responsibility (CSR) disclosure in Indonesia. These corporate governance and firm characteristics are board size, frequency of board meetings, average age of the board members, presence of women on the board, board composition, commitment to CSR, firm size, leverage, and profitability.

The population in this study consists of all manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange in 2014. The sampling method is purposive sampling with certain criteria: a company that has published the annual report 2014 and the company must have a complete data regarding the implementation of corporate governance. Total samples of this study are 98 data. After going through the stage of data processing, there are 5 outlier data that should be excluded from samples of observation, so the final samples are 93 data. The analytical technique is conducted by multiple regression method.

The result shows that the variable firm size, profitability, board size, and frequency of board meetings have positively significant effect on corporate social responsibility disclosure. The variable board composition has negatively significant effect on corporate social responsibility disclosure. Variable leverage, average age of the board members, presence of women on the board, and commitment to CSR have no significant effect on corporate social responsibility disclosure.

Keywords: *corporate social responsibility disclosure, firm characteristic, corporate governance, Indonesia*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate governance* dan karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia. *Corporate governance* tersebut seperti ukuran dewan komisaris, frekuensi rapat dewan komisaris, usia rata-rata dewan komisaris, keberadaan wanita dalam dewan komisaris, komposisi dewan komisaris, dan komitmen CSR serta karakteristik perusahaan seperti ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Kriteria perusahaan yang digunakan adalah perusahaan yang telah menerbitkan *annual report* periode 2014 dan perusahaan yang memiliki data lengkap mengenai pelaksanaan *corporate governance*, sehingga jumlah total sampel dalam penelitian ini adalah 98 data. Setelah melalui tahap pengolahan data, terdapat 5 data outlier yang harus dikeluarkan dari sampel penelitian, sehingga sampel akhir yang digunakan adalah 93 data. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan frekuensi rapat dewan komisaris berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel komposisi dewan komisaris berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel *leverage*, usia rata-rata dewan komisaris, keberadaan wanita dalam dewan komisaris, dan komitmen CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kata kunci: pengungkapan *corporate social responsibility*, karakteristik perusahaan, *corporate governance*, Indonesia

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Sesungguhnya Allah SWT tidak akan mengubah nasib suatu kaum hingga mereka mengubah diri mereka sendiri (QS Ar-Ra'd:11)

For beautiful eyes, look for the good in others. For beautiful lips, speak only words of kindness, and for poise, walk with the knowledge that you are never alone (Audrey Hepburn)

Do it now. Sometimes 'later' becomes 'never'

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ayah dan Ibu tercinta, karena mereka yang selalu memberikan motivasi, kasih sayang tak terhingga, panjatan doa, dan dukungan yang berlimpah.
2. Adikku tersayang yang selalu mendukung dan membantu penulis dengan doa dan kasih sayang.
3. Nenek tercinta dan saudara-saudara penulis yang selalu memberikan motivasi dan doa kepada penulis.
4. Sahabat-sahabat tersayang yang senantiasa menemani dan berjuang bersama.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “PENGARUH *CORPORATE GOVERNANCE* DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*” dengan lancar dan tepat waktu, sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

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

1. Bapak Dr. Suharnomo, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak Dr. P. Th. Basuki Hadiprajitno, MBA, MAcc, Akt. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan nasihat kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
3. Bapak Fuad, S.E.T, M.Si., Akt., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
4. Bapak H. Tarmizi Ahmad, MBA. Ph.D, Akt. selaku dosen wali atas bimbingan dan arahan yang diberikan.

5. Seluruh dosen dan staf tata usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas segala ilmu dan bantuan yang diberikan.
6. Kedua orang tua tercinta, Ayah Darmaji dan Ibu Anik Rohayati yang telah memberikan dukungan baik dukungan moril maupun materiil, doa, motivasi, semangat, kesabaran dan kasih sayang kepada penulis.
7. Adikku yang tersayang, Zulham Armashaf yang selalu memberikan dukungan, motivasi, doa dan kasih sayang.
8. Nenek tercinta, Ibu Nursih dan saudara-saudara keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan, doa, dan motivasi kepada penulis.
9. Sahabat seperjuangan yang penulis cintai dan sayangi, Keluarga Kecil (Diyan Fiarti dan Ulfa Khairunisa) yang saling mendukung, memberikan motivasi, berbagi keceriaan dan kebersamaan dalam kondisi senang maupun susah sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Kos Griya Ungu tercinta, Mbak Ni, Mas Hari, Dek Bayu, Nisa, Lita, Niken, Mega, Galuh, dan Yekti atas motivasi dan kebersamaan ini.
11. Sahabat-sahabatku tersayang Dina Amallia, Desy Putri Setiani yang selalu memberikan doa, motivasi, berbagi keceriaan dan kebersamaan ini dan *see you on top girls*.
12. Sahabat-sahabat yang tercinta David, Dyah, Farda, Mia, dan Tiara atas doa dan dukungannya selama ini. Semoga kita sukses dan selalu bahagia. *See you on top guys*.

13. Teman-teman KKN Tim II Undip Desa Temulus, Kecamatan Mejobo, Kabupaten Kudus, Anam, Farida, Jona, Julius, Laora, Mega, dan Neddy atas doa, kebersamaan, keceriaan, dan dukungan yang telah diberikan.
14. Teman-teman seperjuangan bimbingan skripsi (Desita, Mufidah, Andri, Mega, Sormin, Roni) yang saling mendukung dan memberikan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
15. Teman-teman Akuntansi angkatan 2012 atas kebersamaan kita selama menempuh pendidikan di kampus tercinta ini.
16. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih atas doa dan dukungan yang diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, Januari 2016

Penulis,

Izza Ashsifa

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Teori Agensi	16

2.1.2 Teori Legitimasi	18
2.1.3 Konsep <i>Corporate Social Responsibility</i>	20
2.1.4 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	23
2.1.5 Ukuran Perusahaan	25
2.1.6 <i>Leverage</i>	26
2.1.7 Profitabilitas	26
2.1.8 Ukuran Dewan Komisaris	27
2.1.9 Frekuensi Rapat Dewan Komisaris	27
2.1.10 Usia Rata-rata Dewan Komisaris	28
2.1.11 Keberadaan Wanita dalam Dewan Komisaris	29
2.1.12 Komposisi Dewan Komisaris	29
2.1.13 Komitmen CSR	30
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Pemikiran	37
2.4 Perumusan Hipotesis	40
2.4.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Coporate Social Responsibility</i>	40
2.4.2 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan <i>Coporate Social Responsibility</i>	41
2.4.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan <i>Coporate Social Responsibility</i>	42
2.4.4 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan <i>Coporate Social Responsibility</i>	44

2.4.5 Pengaruh Frekuensi Rapat Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan <i>Coporate Social Responsibility</i>	45
2.4.6 Pengaruh Usia rata-rata Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan <i>Coporate Social Responsibility</i>	46
2.4.7 Pengaruh Keberadaan Wanita dalam Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan <i>Coporate Social Responsibility</i>	48
2.4.8 Pengaruh Komposisi Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan <i>Coporate Social Responsibility</i>	49
2.4.9 Pengaruh Komitmen CSR terhadap Pengungkapan <i>Coporate Social Responsibility</i>	50
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	53
3.1.1 Variabel Dependenden	53
3.1.2 Variabel Independenden	54
3.1.2.1 Ukuran Perusahaan	55
3.1.2.2 <i>Leverage</i>	55
3.1.2.3 Profitabilitas	55
3.1.2.4 Ukuran Dewan Komisaris	56
3.1.2.5 Frekuensi Rapat Dewan Komisaris	56
3.1.2.6 Usia Rata-rata Dewan Komisaris	56
3.1.2.7 Keberadaan Wanita dalam Dewan Komisaris	57
3.1.2.8 Komposisi Dewan Komisaris	57
3.1.2.9 Komitmen CSR	58

3.2 Populasi dan Sampel	58
3.3 Jenis dan Sumber Data	59
3.4 Metode Pengumpulan Data	59
3.5 Metode Analisis	60
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	60
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	60
3.5.2.1 Uji Normalitas	60
3.5.2.2 Uji Multikolinieritas	61
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas	62
3.5.3 Analisis Regresi Berganda	63
3.5.4 Pengujian Hipotesis	63
3.5.4.1 Uji Statistik F	64
3.5.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	64
3.5.4.3 Uji Statistik t	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	66
4.2 Analisis Data	67
4.2.1 Statistik Deskriptif	68
4.2.2 Analisis Regresi Berganda	72
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	72
4.2.3.1 Uji Normalitas	72
4.2.3.2 Uji Multikolinieritas	76
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas	77

4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis	79
4.2.4.1 Uji Statistik F	79
4.2.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	80
4.2.4.3 Uji Statistik t	81
4.3 Interpretasi Hasil	88
4.3.1 Hipotesis 1	88
4.3.2 Hipotesis 2	89
4.3.3 Hipotesis 3	90
4.3.4 Hipotesis 4	92
4.3.5 Hipotesis 5	94
4.3.6 Hipotesis 6	95
4.3.7 Hipotesis 7	97
4.3.8 Hipotesis 8	98
4.3.9 Hipotesis 9	100
BAB V PENUTUP	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Keterbatasan	107
5.3 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	109

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 4.1 Perincian Sampel	67
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	68
Tabel 4.3 One Sample Kolmogorov Smirnov Test	75
Tabel 4.4 Uji Multikolinieritas	76
Tabel 4.5 Hasil Uji Statistik F	79
Tabel 4.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	80
Tabel 4.7 Uji Statistik t	82
Tabel 4.8 Ringkasan Hasil Pengujian Regresi	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	39
Gambar 4.1 Histogram Normalitas	73
Gambar 4.2 Normal Probability Plot	74
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot	78

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Daftar Perusahaan Sampel	115
Lampiran B Daftar Indeks Pengungkapan CSR	118
Lampiran C Hasil Tabulasi Data	125
Lampiran D Hasil Output SPSS	131

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Isu *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia telah menjadi isu yang sering dibicarakan dalam berbagai kesempatan. Saat ini, *Corporate Social Responsibility* (CSR) sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat umum, sebagai respon perusahaan terhadap lingkungan masyarakat. Perusahaan berusaha untuk membangun citra yang baik di masyarakat dengan memberikan perhatiannya kepada lingkungan atau tanggung jawab sosial. CSR telah digunakan dalam konteks akademisi dan sektor korporasi seperti filantropi, tanggung jawab, *corporate citizenship*, etika bisnis, *stakeholding*, keterlibatan masyarakat, investasi bertanggung jawab sosial, keberlanjutan, *triple* garis akuntabilitas, perusahaan dan kinerja sosial perusahaan (Laksmiyaningrum, 2013).

Dewan Bisnis Dunia mendefinisikan CSR sebagai komitmen bisnis suatu perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja dengan karyawan, keluarga mereka, dan masyarakat lokal untuk meningkatkan kualitas perusahaan mereka agar dapat tetap bertahan hidup (Ehsan dan Kaleem, 2012). Di Indonesia, istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990 dan mulai marak sekitar tahun 2005, sedangkan di negara-negara lain sudah menggerakkan dan menerapkan CSR di tahun 1980. Beberapa perusahaan di Indonesia sebenarnya sudah lama telah melakukan *Corporate Social Activity* (CSA). Secara faktual aksi CSA mendekati konsep CSR yang

merepresentasikan bentuk peran serta dan kepedulian perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Melalui konsep investasi sosial perusahaan *seat belt*, sejak tahun 2003 Departemen Sosial tercatat sebagai lembaga pemerintah yang aktif dalam mengembangkan konsep CSR dan melakukan advokasi kepada perusahaan-perusahaan nasional (Laksmitaningrum, 2013).

Sejumlah perusahaan telah menyadari pentingnya kesadaran sosial operasi perusahaan mereka. Dengan demikian, perusahaan telah mengembangkan alat komunikasi yang berbeda untuk mempublikasikan inisiatif CSR mereka dengan menggunakan metode pengungkapan sosial (Gray et al., 1996; Birth dan Illia, 2008). Pengungkapan CSR disebut sebagai laporan publik oleh perusahaan-perusahaan untuk memberikan gambaran kepada *stakeholder* internal dan eksternal mengenai posisi perusahaan dan kegiatan pada dimensi ekonomi, lingkungan dan sosial (World Business Council for Sustainable Development, 2002).

Menurut Mathews (1995) reputasi manajemen dan perlindungan merek dapat dianggap sebagai motif penting bagi elaborasi pengungkapan CSR (Kolk, 2005), sementara Baldarelli dan Gigli (2011) menggambarkan konsep tanggung jawab perusahaan sebagai komponen intrinsik dari reputasi. Peningkatan jumlah investor menunjukkan minat dalam pengembangan CSR dan mengadopsi kebijakan CSR yang akan menyebabkan perubahan yang cepat dalam investasi pasar saham (Cowton, 1999; Cox et al., 2004).

Terdapat beberapa contoh kasus, terkait permasalahan yang muncul dikarenakan perusahaan dalam melaksanakan operasinya kurang memperhatikan

kondisi lingkungan dan sosial di sekitarnya, khususnya perusahaan yang aktivitasnya berkaitan dengan pengelolaan sumber daya alam. Sebagai contoh, PT. Freeport Indonesia salah satu perusahaan tambang terbesar di Indonesia yang berlokasi di Papua, yang memulai operasinya sejak tahun 1969, sampai dengan saat ini tidak lepas dari konflik berkepanjangan dengan masyarakat lokal, baik terkait dengan tanah ulayat, pelanggaran adat, maupun kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi (Wibisono, 2007). Permasalahan lain yang muncul adalah adanya pencemaran Teluk Buyat, yaitu pembuangan limbah ke dasar laut laut yang mengakibatkan tercemarnya laut sehingga berkurangnya tangkapan ikan dan menurunnya kualitas kesehatan masyarakat lokal akibat operasional PT. Newmont Minahasa Raya (NMR) dan hal ini tidak hanya menjadi masalah nasional melainkan internasional (Leimona dan Fauzi, 2008).

Masalah sosial dan lingkungan yang tidak diatur dengan baik oleh perusahaan ternyata memberikan dampak yang sangat besar, bahkan tujuan meraih keuntungan dalam aspek bisnis malah berbalik menjadi kerugian yang berlipat. Oleh karena itu masalah pengelolaan sosial dan lingkungan untuk saat ini tidak bisa menjadi hal marginal, ditempatkan pada tahap kuratif atau aspek yang tidak dianggap penting dalam beroperasinya perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan atau dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)*, merupakan aspek penting yang harus dilakukan perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya.

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 (Permana, 2012).

Perusahaan melakukan CSR dengan alasan karena perusahaan dapat memperoleh banyak manfaat dan tujuan. Menurut Muljati (2012) berikut ini, manfaat melakukan CSR yaitu:

1. Meningkatkan citra perusahaan yang menjalankan *corporate social responsibility*, karena dengan melakukan hal tersebut masyarakat sekitar dan konsumen dapat mengenal perusahaan yang telah melakukan kegiatan tersebut. Sehingga dengan hal tersebut muncul kemungkinan bahwa konsumen akan membeli produk barang atau jasa di perusahaan tersebut. Dengan kata lain, perusahaan dapat menarik konsumen dengan melakukan CSR.
2. Mengembangkan kerjasama dengan para pemangku kepentingan. Dalam menjalankan program CSR, perusahaan tentunya kurang mampu mengerjakannya sendiri dan memerlukan bantuan dari para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat, dan universitas lokal. Perusahaan dapat membuka relasi yang baik dengan para pemangku kepentingan tersebut dengan adanya kegiatan CSR
3. Membedakan perusahaan dengan pesaingnya, apabila program CSR dilaksanakan sendiri oleh perusahaan, perusahaan berkesempatan menonjolkan keunggulan komparatifnya di hadapan konsumen. Hal ini

dapat membedakannya dengan pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang sama.

4. Menghasilkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan.
5. Memilih kegiatan CSR yang sesuai dengan kegiatan utama perusahaan memerlukan kreativitas. Perencanaan CSR secara konsisten dan berkala dapat memicu inovasi dan kreativitas perusahaan yang dapat meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam bisnis global.
6. Membuka akses untuk investasi dan pembiayaan bagi perusahaan. Saat ini, para investor sudah sadar akan pentingnya berinvestasi pada perusahaan yang telah melakukan CSR. Sama halnya dengan penyedia dana, contohnya adalah perbankan. Perbankan lebih memprioritaskan pemberian bantuan dana kepada perusahaan yang telah melakukan CSR.
7. Meningkatkan harga saham. Apabila suatu perusahaan melakukan CSR secara rutin dan sesuai dengan bisnis yang konsisten, maka masyarakat bisnis (investor, kreditur, dll), pemerintah, akademisi, dan juga konsumen akan semakin mengenal perusahaan. Jika hal tersebut terjadi, maka permintaan terhadap saham perusahaan akan naik dan tentu saja harga saham perusahaan juga akan meningkat.

Dampak yang ditimbulkan dari kegiatan perusahaan berbeda-beda meskipun memiliki jenis usaha yang sama sehingga berpengaruh terhadap CSR yang dilakukan perusahaan. Terdapat perbedaan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD) di tiap perusahaan. Perbedaan tersebut dikarenakan

karakteristik perusahaan yang berbeda-beda. Semakin kuat karakteristik yang dimiliki suatu perusahaan tersebut dalam menghasilkan dampak sosial bagi publik tentunya akan semakin kuat pula pemenuhan tanggung jawab sosialnya kepada publik (Veronica, 2009).

Karakteristik perusahaan seperti ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan variabel independen yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan keuangan perusahaan (Karina, 2013). Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi risiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil (Laksmitaningrum, 2013). Perusahaan yang besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik, maka dari itu perusahaan besar mendapat tekanan yang lebih untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya (Cowen et al., 1987) dalam (Amran dan Devi, 2008).

Karakteristik perusahaan yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan adalah tingkat *leverage*. Ho dan Taylor (2007) menyimpulkan bahwa tingkat pengungkapan CSR akan lebih tinggi pada perusahaan dengan likuiditas rendah. Selain *leverage*, karakteristik perusahaan dapat dilihat dengan menggunakan profitabilitas. Profitabilitas yang tinggi akan

memberikan kesempatan yang lebih luas kepada manajemen dalam mengungkapkan dan melakukan program tanggung jawab sosialnya.

Tidak hanya karakteristik perusahaan saja yang mempengaruhi pengungkapan CSR, tetapi CSR juga memiliki kaitan erat dengan *Corporate Governance*. Bhimani dan Soonawalla (2005) mencatat bahwa konsep tata kelola perusahaan dan CSR adalah dua sisi dari mata uang yang sama, sementara Esa dan Mohd Ghazali (2012) menunjukkan bahwa CSR dan tata kelola perusahaan juga menekankan tentang pentingnya mencapai nilai jangka panjang yang nantinya akan membantu dalam mempromosikan penerimaan dan eksistensi bisnis. Konsep CSR dan pengungkapan CSR telah muncul secara bersamaan, hal ini untuk memastikan pemerintahan yang lebih baik (Adam dan Shavit, 2009; Perrini, 2005). Shavit dan Adam (2011) menyatakan bahwa kebutuhan untuk pengungkapan dan transparansi dapat menjamin *corporate governance* lebih baik, dan pilihan investasi kriteria CSR dapat meningkatkan nilai pemilik jangka panjang, tetapi dalam jangka pendek keuntungan akan berkurang bagi para investor. Baldarelli dan Gigli (2011) mencatat bahwa pengembangan inisiatif CSR berhubungan dengan tata kelola perusahaan dan dapat berkontribusi terhadap profitabilitas dan kinerja yang unggul.

Pedoman umum *corporate governance* Indonesia (2006) menyatakan bahwa sebuah 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*. Hal ini menjelaskan bahwa dengan

menerapkan penerapan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan secara benar berarti juga memenuhi prinsip responsibilitas yang diusung oleh *corporate governance*. Salah satu implementasi *corporate governance* di perusahaan adalah dengan melaksanakan *corporate social responsibility*.

Penerapan *corporate governance* membentuk perusahaan untuk lebih transparan, bertanggung jawab, independen, dan meningkatkan akuntabilitas perusahaan sehingga insiatif dan perubahan ini ditujukan untuk menghasilkan praktik *corporate governance* yang lebih baik. Praktik *corporate governance* yang dijalankan dengan baik akan meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility*. Mekanisme GCG (*Good Corporate Governance*) akan bermanfaat dalam mengatur dan mengendalikan perusahaan sehingga menciptakan nilai tambah untuk semua *stakeholders* (Waryanto, 2010).

Penelitian yang dilakukan oleh Giannarakis (2014) menguji pengaruh karakteristik perusahaan dan *corporate governance* terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel yang diuji adalah ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dualitas CEO, frekuensi rapat dewan komisaris, usia rata-rata dewan komisaris, keberadaan wanita dalam dewan komisaris, komposisi dewan komisaris, dan komitmen CSR. Seratus perusahaan di *Fortune List* pada tahun 2011 dijadikan sampel dalam penelitian ini. Hasil penelitian membuktikan bahwa ukuran perusahaan, komitmen CSR berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR sedangkan *leverage* berpengaruh negatif terhadap luas pengungkapan CSR.

Haniffa dan Cooke (2005) menguji budaya dan karakteristik tata kelola perusahaan terhadap pengungkapan sosial untuk 139 perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Kuala Lumpur Malaysia pada tahun 1996 dan 2002. Karakteristik tata kelola perusahaan meliputi komposisi dewan, dualitas CEO dan jenis kepemilikan saham. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengungkapan sosial perusahaan dengan dewan komisaris independen, dualitas CEO, dan kepemilikan saham asing. Variabel kontrol (ukuran, profitabilitas, dan jenis industri) secara signifikan berhubungan dengan pengungkapan sosial perusahaan.

Khan (2010) menguji pengungkapan CSR dan tata kelola perusahaan dengan sampel bank komersial swasta di Bangladesh untuk periode 2007-2008. Indeks pengungkapan CSR menggunakan 60 item yang terdiri dari 6 sektor yaitu: 1) kontribusi terhadap sektor kesehatan, 2) sektor pendidikan, 3) tindakan untuk bencana alam, 4) sumbangan lainnya, 5) kegiatan bagi karyawan, dan 6) lingkungan.

Siregar dan Bachtiar (2010) menggunakan analisis pada enam bidang, yaitu, lingkungan, energi, tenaga kerja, produk, masyarakat dan lain-lain, hal ini merupakan modifikasi dari Haniffa dan Cooke (2005) dengan menggunakan *checklist* CSR untuk mengembangkan dua jenis variabel independen. Tipe pertama yaitu mengenai indeks pengungkapan sosial perusahaan, sedangkan yang kedua berkaitan dengan lamanya pengungkapan CSR. Studi ini menguji 87 perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2003. Hasil

yang ditemukan adalah faktor-faktor penentu dewan komisaris dan ukuran perusahaan memiliki hubungan positif dengan tingkat pengungkapan CSR.

Karina (2013) melakukan pengujian mengenai faktor faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kepemilikan saham pemerintah dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR di Indonesia. Sementara itu, kepemilikan saham asing, tipe industri, profitabilitas, dan *leverage* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR di Indonesia.

Laksmitaningrum (2013) menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan dan struktur kepemilikan suatu perusahaan, yaitu profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, struktur kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil yang ditemukan dari penelitian ini bahwa profitabilitas, likuiditas, ukuran dewan komisaris dan struktur kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Leverage*, ukuran perusahaan, struktur kepemilikan institusional dan struktur kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, penelitian ini akan menganalisis pengaruh *corporate governance* dan karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Lebih spesifik lagi, *corporate governance* dan karakteristik perusahaan tersebut yang digunakan

adalah ukuran dewan komisaris, frekuensi rapat dewan komisaris, usia rata-rata dewan komisaris, keberadaan wanita dalam dewan komisaris, komposisi dewan komisaris, komitmen CSR melalui Indonesia Global Compact Network, ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diketahui pentingnya penelitian ini untuk menguji pengaruh *corporate governance* dan karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
3. Apakah profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
4. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
5. Apakah frekuensi rapat dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
6. Apakah usia rata-rata dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?

7. Apakah keberadaan wanita dalam dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
8. Apakah komposisi dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
9. Apakah komitmen CSR berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menemukan bukti empiris dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Untuk menemukan bukti empiris dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. Untuk menemukan bukti empiris dan menganalisis pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
4. Untuk menemukan bukti empiris dan menganalisis pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
5. Untuk menemukan bukti empiris dan menganalisis pengaruh frekuensi rapat dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
6. Untuk menemukan bukti empiris dan menganalisis pengaruh usia rata-rata dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

7. Untuk menemukan bukti empiris dan menganalisis pengaruh keberadaan wanita dalam dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
8. Untuk menemukan bukti empiris dan menganalisis pengaruh komposisi dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
9. Untuk menemukan bukti empiris dan menganalisis pengaruh komitmen CSR terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat atau kontribusi kepada:

1. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menyediakan bukti empiris adanya kesadaran perusahaan dalam menerapkan CSR demi kemajuan perusahaan sehingga perusahaan dapat bertahan lama dan berkelanjutan (*sustainable*).
2. Masukan bagi investor, memberikan informasi mengenai kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pertimbangan investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.
3. Bagi masyarakat, memberikan informasi penting mengenai kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan hak sosial dari suatu perusahaan.
4. Bagi ilmu akuntansi, penelitian ini diharapkan memberikan gambaran mengenai pengaruh *corporate governance* dan karakteristik perusahaan

terhadap pengungkapan CSR dengan menggunakan variabel variabel pengukuran yang berkaitan dengan akuntansi.

1.5. Sistematika Penulisan

Bab I: PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi latar belakang mengenai pengaruh *corporate governance* dan karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan CSR. Bab ini menjelaskan tentang tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II: TELAAH PUSTAKA

Bab telaah pustaka membahas tentang teori-teori yang melandasi penelitian ini dan menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam analisis penelitian ini. Bab ini juga menjelaskan hasil penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Dengan landasan teori dan penelitian terdahulu, akan dapat dibuat kerangka penelitian dan juga menjadi dasar dalam penyusunan hipotesis.

Bab III: METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian menjelaskan variabel penelitian dan definisi operasional penelitian. Bab ini juga menjelaskan populasi dan pemilihan sampel, jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data yang digunakan. Selanjutnya dijelaskan pula metode analisis yang digunakan untuk menganalisis hasil pengujian data sampel.

Bab IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab hasil dan pembahasan, berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, interpretasi hasil dan argumentasi terhadap hasil penelitian.

Bab V: PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian serta saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti yang berkaitan dengan penelitian.