

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL:
Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat (*Go-public*)
Di Bursa Efek Jakarta**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat
memperoleh derajat S-2 Magister Sains Akuntansi**



Oleh:

**EDDY RISMANDA SEMBIRING
C4C001272**

**PROGRAM STUDI MAGISTER SAINS AKUNTANSI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2003**

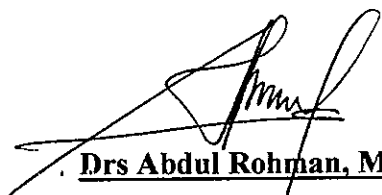
Tesis Berjudul
PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL:
Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat (Go-public)
Di Bursa Efek Jakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh
EDDY RISMANDA SEMBIRING
C4C001272

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada 18 September 2003
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Tim Penguji

Pembimbing/Ketua



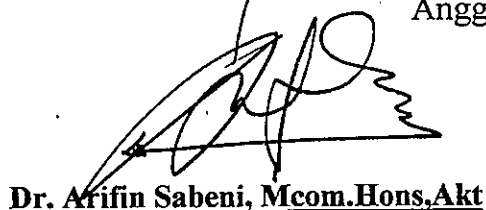
Drs Abdul Rohman, Msi, Akt

Pembimbing/Anggota

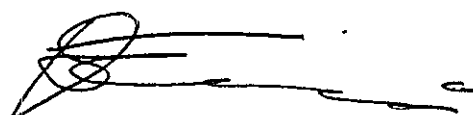


Drs Mohammad Nasir, Msi, Akt

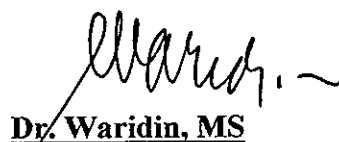
Anggota Tim Penguji



Dr. Arifin Sabeni, Mcom.Hons,Akt

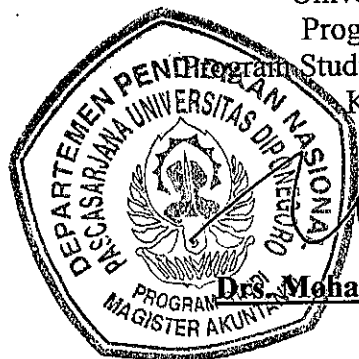


Dr. Noor Hamid Ustadi, Msi, Akt

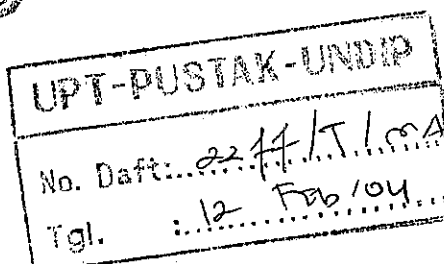


Dr. Waridin, MS

Semarang, 18 September 2003
Universitas Diponegoro
Program Pascasarjana
Studi Magister Sains Akuntansi
Ketua Program



Drs. Mohammad Nasir, MSi, Akt



PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

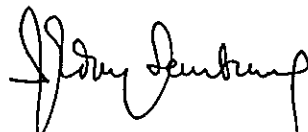
Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang berjudul:

PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat (Go-public) Di Bursa Efek Jakarta

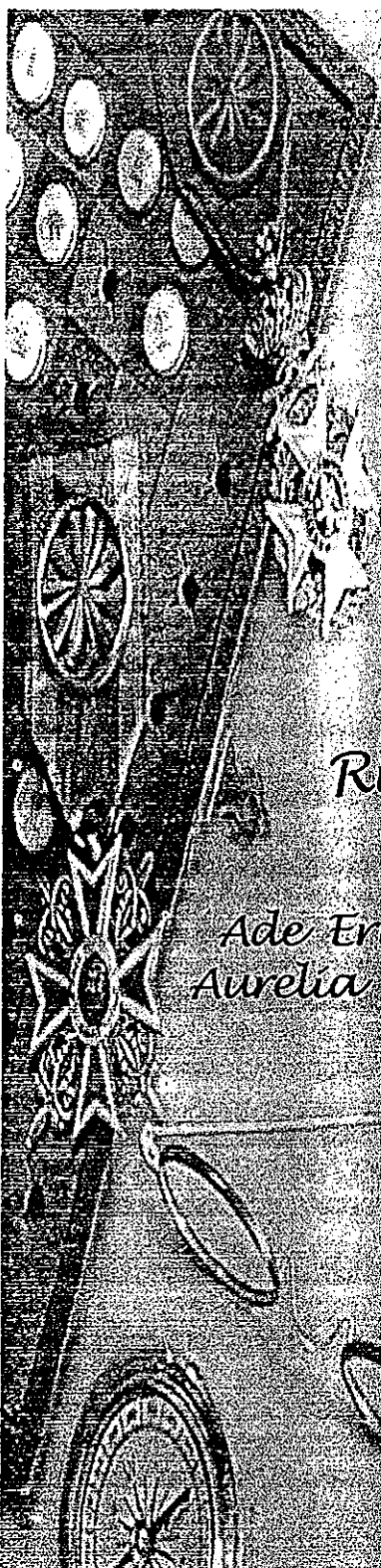
adalah hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi lain. Sepanjang pengetahuan saya, tesis ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu dan belum pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain kecuali yang diacu secara tertulis dan disebutkan dalam daftar pustaka

MAGISTER SAINS AKUNTANSI

Semarang, 18 September 2003



Eddy Rismanda Sembiring



TUHAN itu penopang bagi semua
orang yang terjatuh dan penegak
bagi semua orang yang tertunduk
(Mazmur 145: 14)

Karya mi

Kuberembahkan Untai

Istriku tercinta

Rita Silvia Bangun

Dan

Anak-anakku tersayang

*Ade Erispra Rismanda Sembiring
Aurelia Puspa Rismanda Sembiring*

ABSTRACT

The aim of this research is to examine some determinants of corporate social responsibility disclosure in Indonesian companies. The corporate social responsibility disclosures include details of the environment, energy, employee health and safety, employee other, products, community involvement, and general. Review of previous researches show the inconsistencies. These inconsistencies contribute substantially to the diversity of result. This research attempts to correct with used five corporate characteristics as explanatory variables. They are company size, profitability, profile, size of board of commissioner, and leverage.

The sample of this research was extracted with stratified random sampling method. The population is 323 companies, which are listed at Jakarta Stock Exchange (JSX). The 78 corporate annual reports were analyzed as a sample. The technique for examining hypothesis is multiple regression analysis by using SPSS 10.00 programs.

The results indicate that company size, profile and size of board of commissioner have a significant positive influence on the corporate social responsibility disclosure, but profitability and leverage failed to show its significant effect. These results generally coincide with previous research findings on corporate social responsibility disclosure.

Key words: Disclosure, Corporate social responsibility disclosure, Company size, Profitability; Profile; Size of board of commissioner; Leverage

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji berbagai faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan meliputi lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Review atas penelitian terdahulu menunjukkan adanya ketidakkonsistenan yang mengakibatkan terjadinya keanekaragaman hasil. Penelitian ini mencoba memperbaiki dengan menggunakan lima karakteristik perusahaan sebagai variabel penjelas. Variabel tersebut adalah *size* perusahaan, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris, dan *leverage*.

Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode *stratified random sampling*. Populasi adalah 323 perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta (BEJ). Tujuh puluh delapan laporan tahunan perusahaan kemudian dianalisis sebagai sampel. Teknik pengujian hipotesis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan bantuan program *SPSS 10.00*.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa *size* perusahaan, *profile* dan ukuran dewan komisaris mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi profitabilitas dan *leverage* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Secara keseluruhan temuan penelitian ini sesuai dengan temuan penelitian terdahulu tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kata Kunci: Pengungkapan, Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, *Size* perusahaan, Profitabilitas, *Profile*, Ukuran dewan komisaris, *Leverage*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karuniaNya, sehingga penelitian dan penulisan tesis ini dapat diselesaikan untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian studi pada Program Pascasarjana Magister Sains Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari penelitian dan penulisan tesis ini masih jauh dari sempurna dan semua itu tidak lepas dari kodrat penulis sebagai manusia yang tidak luput dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Untuk itu, penulis dengan senang hati akan menerima kritik dan saran untuk lebih menyempurnakan penelitian dan penulisan tesis ini.


Penelitian dan penulisan tesis ini dapat terlaksana berkat bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada pihak-pihak tersebut, maka secara khusus dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Abdul Rohman, Msi, Akt selaku pembimbing utama yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan memberikan bimbingan serta pengarahan kepada penulis baik selama penulisan tesis ini maupun dalam kehidupan sehari-hari selama penulis dan keluarga tinggal di Semarang.
2. Bapak Drs. Mohammad Nasir, Msi, Akt selaku Direktur Program Magister Sains Akuntansi Universitas Diponegoro dan pembimbing anggota yang banyak memberikan bimbingan selama masa perkuliahan dan selama penulisan tesis ini.
3. Staf Pengelola Program Magister Sains Akuntansi Universitas Diponegoro yang telah banyak membantu penulis dari awal kuliah sampai penyelesaian tesis ini.
4. Anggota Dewan Penguji Bapak Dr. Arifin Sabeni, Mcom.Hons, Akt; Bapak Dr. Noorhamid Ustadi, Msi, Akt; dan Bapak Dr. Waridin, MS.

5. Bapak Dr. Imam Ghozali, Mcom, Akt; Bapak Drs M Kholiq Mahfud, Msi; Bapak Drs Bambang Supomo, Msi; Bapak Drs Anis Chariri, Mcom, Akt, dan seluruh dosen di Program Magister Sains Akuntansi Universitas Diponegoro yang telah membuka cakrawala berpikir dan wawasan keilmuan penulis.
6. Staf administrasi Program Magister Sains Akuntansi Universitas Diponegoro yang banyak membantu penulis dari awal kuliah sampai penyelesaian tesis ini.
7. Pihak Yayasan St Thomas Medan yang mendukung dengan memberikan bantuan moril dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
8. Semua rekan-rekan Mahasiswa Angkatan VI Program Magister Sains Akuntansi Universitas Diponegoro terutama Mas Fuad, Rachmad, Hamdani, Syaiful, Suhaili, Alex. *Thank's for all.*
9. Teristimewa buat istriku tercinta Rita Silvia Bangun dan anak-anakku tersayang (Ade Erispra Rismanda dan Aurelia Puspa Rismanda) yang senantiasa sabar dan setia mendampingi serta memberikan dukungan moral yang tiada ternilai bagi penulis selama ini.

Akhirnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu semoga Tuhan melimpahkan karuniaNya atas segala amal baiknya.

Semarang , 18 September 2003
Penulis,



Eddy Rismanda Sembiring

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
2. TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	12
2.2. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	15
2.3. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial..	22
2.3.1. Size	22
2.3.2. Profitabilitas.....	23
2.3.3. Profile.....	25
2.3.4. Ukuran Dewan Komisaris.....	27

2.3.5. Leverage.....	29
2.4. Penelitian Terdahulu.....	31
2.5. Hubungan Penelitian dengan Penelitian Terdahulu.....	32
2.5. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	33
3. METODE PENELITIAN	
3.1. Populasi dan Sampel	35
3.1.1. Populasi.....	35
3.1.2. Sampel.....	35
3.2. Prosedur Pengumpulan Data.....	37
3.3. Operasionalisasi Variabel.....	38
3.3.1 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	38
3.3.2 Size	40
3.3.3 Profitabilitas.....	40
3.3.4 Profile.....	41
3.3.5 Ukuran Dewan Komisaris.....	42
3.3.6 Leverage.....	42
3.4. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	43
3.3.1 Analisis Data	43
3.3.2 Statistik Deskriptif.....	44
3.3.3 Uji Kualitas Data.....	44
3.3.4 Uji Asumsi Klasik	45
3.3.5 Uji Hipotesis.....	45
4. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Proses Penentuan Sampel.....	48
4.2. Gambaran Umum Sampel.....	49
4.2.1 Size	49
4.2.2 Profitabilitas.....	50
4.2.3 Profile.....	50
4.2.4 Ukuran Dewan Komisaris.....	51

4.2.5 Leverage.....	52
4.2.6 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	52
4.3. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	54
4.4. Analisis Data.....	55
4.4.1 Uji Kualitas Data.....	55
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.4.3 Pengujian Hipotesis.....	60
4.5. Pembahasan.....	63
4.5.1 Size	64
4.5.2 Profitabilitas.....	65
4.5.3 Profile.....	66
4.5.4 Ukuran Dewan Komisaris.....	67
4.5.5 Leverage.....	68
5. KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN KETERBATASAN	
5.1. Kesimpulan.....	70
5.2. Implikasi	71
5.3. Keterbatasan.....	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1	Hasil Penentuan Jumlah Sampel	37
Tabel 3.2	Indikator dan Skala Pengukuran Variabel	43
Tabel 4.1	Distribusi Sampel Berdasarkan Sektor Industri	49
Tabel 4.2	Komposisi Sampel berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja	49
Tabel 4.3	Komposisi Sampel berdasarkan <i>Earning per Share</i>	50
Tabel 4.4	Komposisi Sampel berdasarkan <i>Profile</i>	51
Tabel 4.5	Komposisi Sampel berdasarkan Jumlah Anggota Dewan Komisaris	51
Tabel 4.6	Komposisi Sampel berdasarkan Rasio Hutang Terhadap Modal Sendiri...	52
Tabel 4.7	Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Berdasarkan Sektor Industri.....	53
Tabel 4.8	Distribusi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Berdasarkan Kategori	54
Tabel 4.9	Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	55
Tabel 4.10	Nilai <i>Tolerance</i> dan <i>Variance Inflation Factor</i>	57
Tabel 4.11	Hasil Uji Glejser untuk Heterokedastisitas	58
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Regresi Variabel <i>Size</i> , <i>Profitabilitas</i> , <i>Profile</i> , Ukuran Dewan Komisaris dan <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Tanggung Jawab Sosial Perusahaan 14
Gambar 2.2	Model Pengaruh <i>Size</i> , Profitabilitas, <i>Profile</i> , Ukuran Dewan Komisaris, dan <i>Leverage</i> Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan 34
Gambar 4.1	Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual 56
Gambar 4.2	Histogram dan Normal P-P Plot 56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1	Item-item Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	77
2	Daftar Perusahaan Sampel Berdasarkan Sektor Industri	81
3	Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	83
4	Jumlah Tenaga kerja, EPS, Jumlah Anggota Dewan Komisaris dan <i>Leverage</i> Perusahaan	85
5	<i>Profile</i> Perusahaan Sampel	87
6	Hasil Pengujian Regresi	89
7	Hasil Uji Breusch-Godfrey	92
8	Riwayat Hidup Penulis	93

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi para investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan. Adanya informasi yang lengkap, akurat serta tepat waktu memungkinkan investor untuk melakukan pengambilan keputusan secara rasional sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan apa yang diharapkan. Dalam pasal 1, Undang-undang Pasar Modal No. 8 tahun 1995 dinyatakan bahwa informasi atau fakta material merupakan informasi atau fakta penting dan relevan mengenai peristiwa, kejadian atau fakta yang dapat mempengaruhi harga efek, dan atau keputusan pemodal, calon pemodal atau pihak lain yang berkepentingan atas informasi atau fakta tersebut.

Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Sebelum munculnya fenomena tanggung jawab sosial ini, perusahaan dianggap sebagai lembaga yang memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendekatan akuntansi tradisional yang menyatakan bahwa perusahaan harus memaksimalkan laba agar dapat memberikan sumbangan yang maksimum kepada masyarakat. Akan tetapi, masyarakat semakin sadar akan dampak yang ditimbulkan perusahaan dalam menjalankan operasinya, yang dirasakan semakin besar dan semakin sulit untuk dikendalikan.

Aksi protes terhadap perusahaan seringkali dilakukan oleh para karyawan dalam rangka menuntut kebijakan upah dan fasilitas kesejahteraan lainnya yang dianggap kurang mencerminkan nilai keadilan. Aksi yang sama juga tidak jarang dilakukan oleh konsumen

berkaitan dengan mutu produk, kesehatan, keselamatan dan kehalalan suatu produk. Protes juga dilakukan masyarakat berkaitan dengan pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh limbah yang berasal dari pabrik perusahaan.

Menurut Gray *et. al.*, (1987) tumbuhnya kesadaran publik akan peran perusahaan di tengah masyarakat melahirkan kritik karena menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat *safety* produk, serta hak dan status tenaga kerja. Tekanan dari berbagai pihak memaksa perusahaan untuk menerima tanggung jawab atas dampak aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat. Perusahaan dihibau untuk bertanggung jawab terhadap pihak yang lebih luas dari pada kelompok pemegang saham dan kreditur saja. Freedman (1962) dalam Gray *et. al.*, (1995a) menyatakan tanggung jawab sosial perusahaan untuk memaksimalkan laba tidak secara universal lagi diterima.

Sebagai tanggapan, beberapa institusi akuntansi mulai mempertimbangkan akuntansi sosial perusahaan pada pertengahan 70-an (Ramanathan, 1976 dalam Gray *et. al.*, 1995a). Kemajuan yang dicapai sangat lambat dan sporadis. Peneliti akuntansi mulai mengartikulasikan berbagai perspektif teori dalam mendukung akuntansi sosial seperti *decision usefulness studies*, *economic theory studies*, dan *social political theory studies*.

Gambaran di atas menunjukkan adanya ketidakselarasan antara perusahaan dan masyarakat. Banyak keluhan yang dilontarkan kepada perusahaan dan dituntut untuk lebih memperhatikan tanggung jawab sosialnya. Pergeseran pandangan tradisional kearah kesejahteraan sosial telah mendorong lahirnya akuntansi sosial sebagai bagian dari akuntansi yang memfokuskan perhatian pada dampak sosial yang ditimbulkan perusahaan terhadap masyarakat, baik yang bersifat menguntungkan maupun merugikan.

Lahirnya akuntansi sosial merupakan hasil dari upaya yang bertujuan untuk mengakomodasi kebutuhan perusahaan dalam melaporkan tanggung jawab sosialnya. Selama ini, produk akuntansi hanya menjadi sarana manajemen untuk melaporkan kinerja keuangannya kepada investor, kreditor dan pemerintah. Akan tetapi, dengan adanya akuntansi sosial maka produk akuntansi dapat digunakan sebagai sarana untuk mengungkapkan kinerja sosial perusahaan kepada pihak yang berkepentingan.

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). Tuntutan atas pengungkapan tanggung jawab sosial ini muncul 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 groups*, serikat pekerja, *booklets*, *school education* dan lain-lain (Gray *et. al.*, 2001).

Menurut Hackston dan Milne (1996), walaupun fenomena pengungkapan tanggung jawab sosial ini telah muncul lebih dari dua dekade, penelitian tentang praktek pengungkapan tanggung jawab sosial sepertinya terpusat di Amerika Serikat, Britania Raya dan Australia. Hanya sedikit penelitian yang dilakukan di negara lain seperti Kanada, Jerman, Jepang, Selandia Baru, Malaysia, Indonesia dan Singapura. Sebagian besar riset empiris dalam praktek di Amerika Serikat cenderung menggunakan bukti survei *Ernst & Ernst 1978*. Penelitian tersebut kini sedikit banyaknya telah ketinggalan

zaman, dan hanya Guthrie Dan Parker (1990) menyediakan bukti survei terakhir atas praktek di Amerika Serikat. Gray *et. al.*, (1987, 1995a) menyediakan bukti survei di Britania Raya. Survei di Australia dilakukan Trotman (1979) dan Guthrie (1983). Dua survei oleh Davey (1982) dan Ng (1985) menyajikan uraian praktek pengungkapan tanggung jawab sosial di Selandia Baru. Di Indonesia penelitian tentang praktek pengungkapan tanggung jawab sosial ini antara lain dilakukan oleh Utomo (2000), Henny dan Murtanto (2001) dan Hasibuan (2001).

Berbagai penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan keanekaragaman hasil. Seperti penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Kelly (1981), Trotman dan Bradley (1981), Pang (1982), Belkaoui dan Karpik (1989), Patten (1991,1992), Hackston dan Milne (1996), Adams *et. al.*, (1998), dan Gray *et. al.*, (2001). Singh dan Ahuja (1983) dalam Gray *et. al.*, (2001) tidak menemukan hubungan kedua variabel tersebut, sedangkan Cowen *et. al.*, (1987) menemukan hubungan hanya terjadi dengan beberapa kategori tanggung jawab sosial bukan secara keseluruhan. Keanekaragaman hasil tersebut sebagian disebabkan karena model yang dikembangkan merupakan model yang sangat sederhana dan pengukuran yang digunakan tidak konsisten (Belkaoui dan Karpik, 1989).

Hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan laba merupakan hal sulit untuk dipahami. Misalnya Freedman dan Ulmann (1986), Belkaoui dan Karpik (1989), Hackston dan Milne (1996) menemukan tidak ada hubungan antara variabel tersebut, sedangkan Freedman dan Jaggi (1988) serta Donovan dan Gibson

(2000) menemukan hubungan yang negatif. Di sisi lain beberapa penelitian yang disebutkan dalam Hackston dan Milne (1996) seperti Bowman dan Haire (1976) serta Preston (1978) menemukan hubungan yang signifikan, sedangkan Gray *et al.*, (2001) menemukan hubungan yang bervariasi setiap tahun untuk kedua variabel tersebut.

Dalam hubungan antara tipe industri dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga terjadi ketidakkonsistenan hasil. Hackston dan Milne (1996), serta Gray *et al.*, (2001), menemukan hubungan yang positif. Demikian juga Patten (1991) dan Roberts (1992) seperti yang dinyatakan dalam Hackston dan Milne (1996). Bertolak belakang dengan hal tersebut seperti dinyatakan dalam Hackston dan Milne (1996) adalah penelitian yang dilakukan Kelly (1981), Davey (1982), Ng (1985) dan Cowen *et al.*, (1987), tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut. Sedangkan Ness dan Mirza dalam Gray *et al.*, (2001) menemukan bahwa hubungan ini secara khusus terdapat pada industri minyak.

Hubungan antara *leverage* dan pengungkapan sosial juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Karpik (1989) serta Cormier dan Magnan (1999) menemukan hubungan yang negatif. Akan tetapi, Suda dan Kokubu (1994) dan Kokubu *et al.*, (2001) tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut, sedangkan Robert (1992) menemukan hubungan yang positif.

Secara lebih terperinci, penelitian yang dilakukan Belkaoui dan Karpik (1989) menguji pengaruh *social performance*, *leverage*, dividen, ukuran (*size*), *capital intensive ratio*, resiko sistematis, *return on assets*, dan *stock price return* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial 23 perusahaan di Amerika Serikat yang terdapat dalam laporan

tahunan 1973. Dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda, hasilnya menunjukkan bahwa *social performance*, *size*, dan resiko sistematis mempunyai hubungan yang positif signifikan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan *leverage* mempunyai hubungan yang negatif signifikan. Hackston dan Milne (1996) meneliti pengaruh *size*, tipe industri dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada 50 perusahaan besar Selandia baru. Dia menemukan bahwa *size* dan tipe industri menjadi penduga yang signifikan bagi praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Selandia Baru.

Gray *et. al.*, (2001) menggunakan *turnover*, modal, jumlah tenaga kerja dan profitabilitas sebagai penduga praktek pengungkapan tanggung jawab sosial dengan sampel 100 perusahaan besar di *United Kingdom*. Dia menemukan *turnover*, modal, dan jumlah tenaga kerja mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap praktek pengungkapan tanggung jawab sosial di Britania Raya, sedangkan profitabilitas menunjukkan pengaruh yang bervariasi untuk setiap tahun.

Kokubu *et. al.*, (2001) melakukan penelitian pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Jepang. Dia menggunakan *size* perusahaan, profitabilitas, kekuatan hubungan dengan konsumen, ketergantungan pada hutang, ketergantungan pada pasar modal, dan tipe industri sebagai variabel penduga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil analisisnya menunjukkan bahwa *size* perusahaan dan tipe industri mempunyai pengaruh yang positif signifikan, sedangkan profitabilitas, kekuatan hubungan dengan konsumen, ketergantungan pada hutang (*leverage*), dan ketergantungan pada pasar modal tidak signifikan.

Di Indonesia, Utomo (2000) melakukan penelitian pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan *high-profile* dan *low-profile* pada laporan tahunan tahun 1998. Dia menemukan bahwa perusahaan *high-profile* mempunyai pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih tinggi dari perusahaan yang *low-profile*. Hasil yang sama ditemukan pada tema produk/konsumen. Akan tetapi hasil pengujian parsial yang dilakukannya tidak signifikan pada tema kemasyarakatan dan tema ketenagakerjaan.

Henny dan Murtanto (2001) meneliti pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan *high-profile* dan *low-profile* dalam laporan tahunan 1999 dari 58 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta (BEJ). Hasil yang sama dengan Utomo (2000) ditemukan bahwa perusahaan *high-profile* mempunyai pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih tinggi dari perusahaan *low-profile*.

Penelitian yang dilakukan Hasibuan (2001) menguji pengaruh berbagai karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitiannya menunjukkan hanya besaran perusahaan dan *profile* yang berpengaruh signifikan terhadap praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasibuan juga menemukan bahwa perusahaan *high-profile* mengungkapkan lebih banyak dari perusahaan *low-profile*.

Dari berbagai karakteristik perusahaan yang digunakan dalam penelitian terdahulu berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan, penelitian ini akan menggunakan lima karakteristik, yaitu *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris dan *leverage*. Pertimbangan dalam memilih kelima karakteristik tersebut selain karena telah digunakan dalam berbagai penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

- 1) *Size* diuji kembali karena Kimberly dalam Hackston dan Milne (1996) menyatakan bahwa *size* perusahaan berhubungan sangat tinggi dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Selain itu, Cowen *et. al.*, (1987) menyatakan semakin besar perusahaan maka dampak aktivitas operasinya akan semakin besar terhadap masyarakat sehingga pengungkapan yang dibuat juga diharapkan semakin luas sebagai akibat dari tekanan masyarakat. Pendapat ini akan diuji konsistensinya di Indonesia.
- 2) Profitabilitas merupakan gambaran atas kinerja operasi perusahaan. Variabel ini diuji kembali karena adanya kontradiksi antara teori agensi dan teori legitimasi berkaitan dengan hubungan profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Teori agensi menyatakan hubungan yang positif sedangkan teori legitimasi menyatakan hubungan yang negatif.
- 3) *Profile* diuji kembali dalam penelitian ini untuk melihat konsistensi hasil dengan menggunakan data tahun terakhir, karena dalam penelitian sebelumnya di Indonesia telah ditemukan bahwa variabel ini mempunyai pengaruh yang positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
- 4) Ukuran dewan komisaris digunakan karena variabel ini belum digunakan sebagai penduga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, walaupun berdasarkan teori agensi dewan komisaris berhubungan positif dengan pengungkapan sukarela yang dibuat perusahaan.
- 5) *Leverage* diuji kembali karena hal ini akan menunjukkan bagaimana perusahaan menyeimbangkan antara keinginan *debtholders* dengan tanggung jawab sosialnya

dalam laporan tahunan seperti yang dinyatakan oleh Belkaoui dan Karpik (1989).

Secara umum, penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya terutama dalam aspek-aspek berikut ini:

- 1) Penelitian ini mempunyai dimensi yang berbeda dari penelitian sebelumnya dengan melihat tanggung jawab sosial perusahaan dalam tema lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum
- 2) Tema tenaga kerja dibagi menjadi dua kategori yaitu (1) kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, dan (2) Lain-lain tentang tenaga kerja.
- 3) Penelitian ini mengembangkan keterbatasan-keterbatasan penelitian sebelumnya dengan menambahkan variabel, ukuran dewan komisaris dan tingkat *leverage* sebagai penduga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
- 4) Metode pemilihan sampel dengan *random sampling*, sedangkan penelitian terdahulu kebanyakan menggunakan *purposive sampling* dengan sampel perusahaan terbesar.

1.2. Rumusan Masalah.

Dari uraian diatas, terlihat adanya berbagai masalah seperti keanekaragaman hasil penelitian (Belkaoui dan Karpik, 1989; Hackston dan Milne, 1996; Utomo, 2000; Kokubu *et. al.*, 2001; Gray *et. al.*, 2001; Henny dan Murtanto, 2001; dan Hasibuan, 2001) tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini menurut Belkaoui dan Karpik (1989) karena tidak konsistennya variabel yang digunakan dan model sederhana yang digunakan dalam penelitian tersebut. Selain itu ada ketidakselarasan antara masyarakat

dan perusahaan, yang terlihat dengan adanya bermacam aksi yang dilakukan agar perusahaan memperhatikan tanggung jawab sosialnya. Juga ada kontradiksi antara teori agensi dan teori legitimasi berkaitan dengan hubungan profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Dengan keanekaragaman hasil dan keterbatasan-keterbatasan penelitian sebelumnya, ketidakselarasan antara masyarakat dan perusahaan, kontradiksi teori, dan pertimbangan yang telah dinyatakan sebelumnya, maka penelitian ini dikembangkan dengan menguji kembali pengaruh *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris, dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Untuk itu, dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

“Bagaimana pengaruh karakteristik perusahaan yang diproksi dengan *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris, dan tingkat *leverage* secara individu dan secara simultan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?”

1.3. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
- 2) Memberikan gambaran tentang praktek pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan di Indonesia.
- 3) Mendapatkan bukti empiris pengaruh berbagai karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

- 4) Mengembangkan suatu model baru dalam praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Untuk pengembangan ilmu,
 - a. Memberikan kontribusi dalam pengembangan teori, terutama yang berkaitan dengan praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan.
 - b. Menggambarkan bagaimana tanggung jawab sosial perusahaan direfleksikan oleh perusahaan dalam laporan tahunan.
- 2) Untuk praktisi,
 - a. Memberi masukan dalam praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan.
 - b. Memberikan kontribusi pemikiran tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

BAB II

TELAAH TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Perusahaan merupakan bagian dari suatu sistem sosial yang terbentuk dari suatu proses yang panjang. Sebagai bagian (sub-sistem) dari lingkungan sosial masyarakat, maka masalah yang ada di masyarakat, juga merupakan masalah bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan memiliki kewajiban atas masalah yang terjadi di masyarakat. Disamping itu, selain menggunakan dana dari pemegang saham, perusahaan juga menggunakan dana dan sumber daya lain yang berasal dari masyarakat sehingga hal yang wajar jika masyarakat mempunyai harapan tertentu terhadap perusahaan.

Dalam kegiatan operasinya, perusahaan sering menimbulkan masalah pada lingkungan dan masyarakat seperti masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat *safety* produk, serta hak dan status tenaga kerja (Gray *et. al.*, 1987). Hal ini mengakibatkan ketidakselarasan antara perusahaan dengan masyarakat, yang pada akhirnya melahirkan berbagai kritik terhadap perusahaan agar memperhatikan tanggung jawab sosialnya. Berbagai masalah dan kritik tersebut melahirkan apa yang sekarang disebut sebagai akuntansi sosial yang memuat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Hasibuan (2001) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan dapat dibagi menjadi tiga level sebagai berikut:

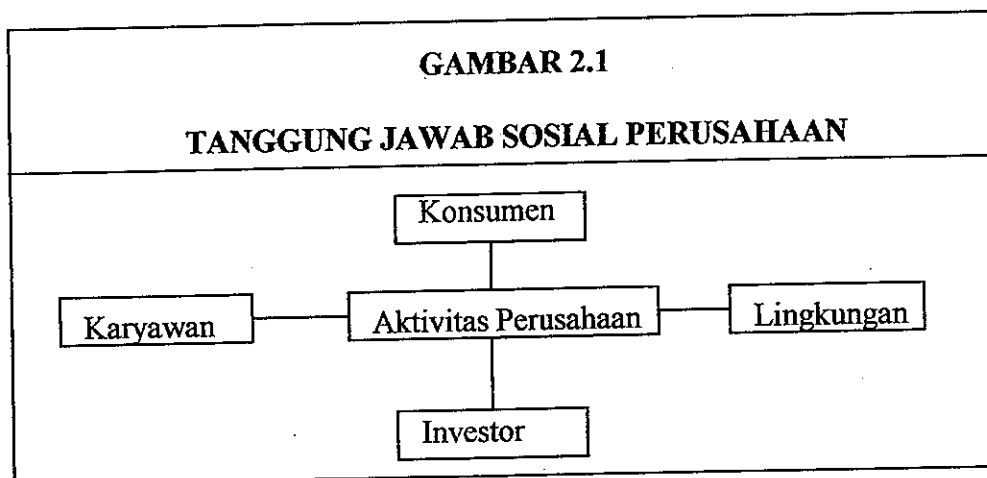
- a. *Basic responsibility*. Tanggung jawab perusahaan pada level ini muncul sebagai akibat dari keberadaan perusahaan. Tanggung jawab itu antara lain: pembayaran pajak, hukum, standar pekerjaan, memuaskan pemegang saham, dan lain-lain.
- b. *Organizational responsibility*. Dalam level ini tanggung jawab perusahaan adalah untuk memenuhi perubahan kebutuhan *stakeholder* seperti karyawan, konsumen, pemegang saham dan masyarakat sekitarnya.
- c. *Societal responsibility*. Level ini merupakan tahapan ketika terjadi interaksi antara perusahaan dengan kekuatan lain di masyarakat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan dengan melibatkan lingkungan secara keseluruhan. Penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial umumnya dilakukan pada level *organizational responsibility* dan *societal responsibility*.

Untuk mengetahui dan memenuhi informasi yang dibutuhkan masyarakat, suatu perusahaan harus menilai *substantive environment* yang terdiri dari *primary level*, *secondary level* dan *tertiary level* (Gray et. al., 1996 dalam Kumalahadi, 2000). *Primary level* merupakan interaksi perusahaan manufaktur dengan lingkungan, pemegang saham, pemerintah daerah, bank, dana pensiun dan asuransi, konsumen, karyawan, industri, dan perusahaan pembuat barang modal/jasa. Pihak-pihak tersebut berhak atas informasi pertanggungjawaban dari perusahaan. Dari sisi perusahaan, pihak tersebut mempunyai pengaruh terhadap kesuksesan perusahaan. interaksi dengan lingkungan berarti memelihara *goodwill* dan legitimasi perusahaan (Kumalahadi, 2000).

Secondary level menggambarkan interaksi sosial perusahaan. Perusahaan yang beranggapan tujuannya adalah orientasi laba berarti mengelola *stakeholder* hanya untuk

jangka waktu yang pendek. *Secondary level* ini menggambarkan interaksi perusahaan manufaktur dengan lingkungan yang lebih luas, yaitu penggunaan infrastruktur, estetika, kesehatan dan status karyawan, opsi dan kesejahteraan konsumen, iklan, limbah, teknologi, dan *social opportunity cost*. Pada level ini interaksi antara perusahaan dengan lingkungan tidak sepenting interaksi sistem ekonomi perusahaan secara keseluruhan.

Tertiary level menggambarkan interaksi dalam sistem organisasi yang lebih kompleks, menyangkut keinginan masyarakat, seperti kualitas, kebebasan, sikap (moral, pendidikan, budaya dan estetika), tingkat informasi, warisan budaya, pilihan individu, kesehatan, lingkungan, dan sistem hukum yang adil (Kumalahadi, 2000). Kumalahadi juga menyatakan bahwa subyek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan meliputi pemegang saham, investor, karyawan, konsumen, masyarakat, lingkungan, kebijakan umum, etika dan standar, dan pemerintah. Pendapat ini sejalan dengan Ivancevic (1992) dalam Hasibuan (2001) menggambarkan tanggung jawab sosial perusahaan seperti dalam gambar 2.1 berikut ini.



Sumber: Ivancevic (1992) dalam Hasibuan (2001)

2.2. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* (Mathews, 1995) atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray *et. al.*, 1987).

Walaupun pengungkapan tanggung jawab sosial ini telah menjadi subyek riset selama lebih dari tiga dekade, literatur tanggung jawab sosial perusahaan masih didominasi oleh penelitian di negara industri seperti di Amerika Serikat, Inggris Raya, dan Australia. Berkaitan dengan hal tersebut, sulit untuk mengeneralisasi hasil penelitian tersebut terhadap negara-negara berkembang. Akan tetapi, untuk menelusuri lebih jauh tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di negara berkembang maka hasil penelitian tersebut tidak bisa diabaikan dan dapat dibuat sebagai acuan.

Di Indonesia, seperti juga kebanyakan negara lain, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bukan merupakan bagian pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) bagi suatu perusahaan. Hal ini karena belum adanya aturan dari pihak berwenang yang mengatur tentang hal tersebut. Akan tetapi, pengungkapan tanggung jawab sosial ini

dapat berpedoman kepada standar yang telah dikeluarkan Ikatan Akuntan Indonesia, yaitu Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) no. 1 (Revisi 1998), Paragraf 9, yang berbunyi sebagai berikut:

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

Berdasarkan PSAK ini, perusahaan di Indonesia dapat melaporkan kegiatan sosialnya untuk dikomunikasikan kepada pihak luar dalam bentuk laporan tambahan.

Menurut Harahap (1993), ada beberapa alasan yang mendukung dan menentang konsep tanggung jawab sosial perusahaan. Adapun alasan yang dikemukakan pendukung tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebagai berikut:

- 1) Keterlibatan sosial merupakan respon terhadap keinginan dan harapan masyarakat terhadap peranan perusahaan.
- 2) Keterlibatan sosial akan mempengaruhi perbaikan lingkungan masyarakat yang mungkin menurunkan biaya produksi.
- 3) Meningkatkan nama baik perusahaan dan akan menimbulkan simpati langganan, karyawan, investor dan lain-lain.
- 4) Menghindari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat. Campur tangan pemerintah cenderung membatasi peran perusahaan .
- 5) Menunjukkan respon positif pada norma dan nilai yang berlaku di masyarakat.
- 6) Sesuai dengan keinginan pemegang saham, dalam hal ini publik.
- 7) Mengurangi kebencian masyarakat pada perusahaan yang kadang tidak bisa dihindari.

- 8) Membantu kepentingan nasional seperti konservasi alam, pemeliharaan barang-barang seni dan budaya, peningkatan pendidikan masyarakat, lapangan kerja dan lain-lain.

Alasan yang dikemukakan penentang tanggung jawab sosial perusahaan, antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Mengalihkan perhatian perusahaan dari tujuan utamanya dalam mencari laba. Tanggung jawab sosial dianggap sebagai pemborosan.
- 2) Memungkinkan keterlibatan perusahaan terhadap permainan kekuasaan atau politik secara berlebihan.
- 3) Menimbulkan lingkungan bisnis yang monolitik bukan yang bersifat pluralistik
- 4) Keterlibatan sosial memerlukan dana besar yang tidak dapat dipenuhi oleh dana perusahaan sehingga dapat menurunkan tingkat pertumbuhan perusahaan.
- 5) Keterlibatan pada kegiatan sosial yang demikian kompleks memerlukan tenaga ahli yang belum tentu dimiliki perusahaan.

Menurut Freedman (1962) dalam Siegel dan Marconi (1989) ada tiga tipe dari pengungkapan kinerja sosial perusahaan:

- 1) Pemeriksaan sosial (*social audit*). Pemeriksaan sosial mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari program perusahaan yang berorientasi sosial. Pemeriksaan sosial dilakukan dengan membuat suatu daftar aktivitas perusahaan yang memiliki konsekuensi sosial, kemudian auditor mengestimasi dan mengukur dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas tersebut.
- 2) Laporan sosial (*social report*). Berbagai alternatif format laporan untuk menyajikan laporan sosial telah diajukan oleh para akademisi dan praktisi. Pendekatan yang dapat

dipakai oleh perusahaan untuk melaporkan aktivitas tanggung jawab sosialnya menurut Dilley dan Weygant dalam Henny dan Murtanto (2001) antara lain:

- a. *Inventory approach*, dimana perusahaan mengkompilasi dan mengungkapkan suatu daftar yang komprehensif dari aktivitas-aktivitas sosialnya. Daftar ini harus memuat semua aktivitas sosial perusahaan baik yang bersifat positif maupun yang negatif.
 - b. *Cost approach*, perusahaan membuat daftar aktivitas sosialnya dan mengungkapkan jumlah pengeluaran pada masing-masing aktivitas tersebut.
 - c. *Program management approach*, perusahaan tidak hanya mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya, tetapi juga tujuan dari aktivitas tersebut serta hasil yang telah dicapai oleh perusahaan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan tersebut.
 - d. *Cost - benefit approach*, perusahaan mengungkapkan aktivitas yang memiliki dampak sosial serta biaya dan manfaat dari aktivitas tersebut. Kesulitan dalam penggunaan pendekatan ini adalah mengukur biaya dan manfaat sosial yang diakibatkan perusahaan terhadap masyarakat.
- 3) Pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan (*social disclosure in annual report*), pengungkapan aktivitas sosial perusahaan dalam hal ini dilakukan melalui media laporan tahunan.

Menurut Gray *et. al.*, (1995b) ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai

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

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

Selanjutnya berkaitan dengan penelitian empiris yang telah banyak dilakukan Gray *et. al.*, (1995b) menyatakan ada beberapa kesimpulan tentatif yang bisa dibuat tentang praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu:

- 1) Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan belum menjadi aktivitas yang sistematis karena tidak didukung oleh peraturan yang memaksa organisasi untuk mengungkapkannya.
- 2) Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan kelihatannya tidak berhubungan dengan profitabilitas dalam periode yang sama, walaupun ada beberapa bukti yang menunjukkan hubungannya dengan *lagged profit*.
- 3) Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan kelihatannya berhubungan dengan ukuran (*size*) perusahaan.

- 4) Ada beberapa bukti bahwa tipe industri mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tetapi penelitian yang dilakukan tidak cukup konsisten untuk membuktikannya.
- 5) Negara dimana perusahaan berada dan negara asal pemilik utama sepertinya mempunyai efek penting terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
- 6) Sejumlah karakteristik mungkin berhubungan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan seperti intensitas modal, umur perusahaan, sikap eksekutif senior dan keberadaan komite tanggung jawab sosial perusahaan.

Teori yang sering digunakan dalam kecenderungan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menurut Gray *et. al.*, (1995b) ada tiga, yaitu:

- 1) *Decision usefulness studies*. Pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan karena informasi tersebut dibutuhkan oleh pemakai laporan keuangan dan ditempatkan pada posisi yang *moderately important*.
- 2) *Economic theory studies*. Studi disini menggunakan *agency theory* dimana sebagai agen dari suatu prinsipal yang mewakili seluruh kelompok yang berkepentingan dengan perusahaan, pihak manajemen melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai upaya untuk memenuhi tuntutan publik.
- 3) *Social and political theory studies*. Studi dibidang ini menggunakan teori *stakeholders*, teori legitimasi organisasi dan teori ekonomi politik.

Teori *stakeholders* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholders*. Teori legitimasi seperti yang dinyatakan Lindblom (1994) dalam Gray *et. al.*, (1995b) adalah sebagai berikut:

“...Suatu kondisi atau status, yang ada ketika suatu sistem nilai perusahaan, kongruen dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih besar dimana perusahaan merupakan bagiannya. Ketika suatu perbedaan, yang nyata atau potensial, ada antara kedua sistem nilai tersebut, maka akan muncul ancaman terhadap legitimasi perusahaan”.

Sedangkan teori ekonomi politik menurut Jackson (1982) dalam Gray *et. al.*, (1995b) adalah sebagai berikut:

“Political economy is the study of the interplay of power wielders and the productive exchange system (Zald, 1970). As a framework, political economy does not concentrate exclusively on market exchanges. Rather it first of all, analysis the relationships between social institutions such as government, law and property rights, each fortified by power and the economy i.e. the system of producing and exchanging goods and services.”

Jadi menurut teori ini pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan oleh perusahaan sebagai reaksi terhadap tekanan-tekanan dari lingkungannya agar perusahaan merasa eksistensi dan aktivitasnya terlegitimasi.

Kebanyakan penelitian yang dilakukan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan difokuskan pada data yang berhubungan dengan laporan tahunan perusahaan walaupun media yang lain seperti advertensi, *focus groups*, serikat pekerja, *booklets*, *school education* dan lain-lain sering juga digunakan untuk mengungkapkan aktivitas sosial perusahaan (Gray *et. al.*, 2001). Penelitian ini juga menggunakan media laporan tahunan perusahaan. Alasan penggunaan laporan tahunan adalah sesuai dengan justifikasi yang dinyatakan Gray *et. al.*, (1995a). Laporan tahunan tidak hanya dokumen menurut undang-undang yang disusun setiap periode, tetapi juga merupakan dokumen utama dalam kaitannya dengan konstruksi perusahaan tentang kegiatan sosialnya. Faktor sosial dan lingkungan sering bertentangan dengan ambisi keuangan perusahaan dan pemiliknya. Penyajian dalam dokumen yang sama, keuangan di satu sisi dan sosial dan

lingkungan pada sisi yang lain akan menunjukkan bagaimana perusahaan menyesuaikan keduanya.

2.3. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

2.3.1. Size

Size perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis untuk melaporkan tanggung jawab sosialnya. Cowen *et. al.*, (1987) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat akan memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dan laporan tahunan akan digunakan untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial tersebut.

Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara *size* perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini seperti yang disebutkan dalam Hackston dan Milne (1996) antara lain Roberts (1992), Sigh dan Ahuja (1983). Davey (1982) dan Ng (1985) juga tidak menemukan hubungan antara variabel ini dan hal tersebut menurut Guthrie dan Mathews (1985) mungkin disebabkan oleh rendahnya jumlah sampel yang digunakan

dalam penelitian tersebut. Penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain Belkaoui dan Karpik (1989), Adam *et. al.*, (1995, 1998), Hackston dan Milne (1996), Kokubu *et. al.*, (2001), Hasibuan (2001) dan Gray *et. al.*, (2001) . Secara umum, menurut Gray *et. al.*, (2001), kebanyakan penelitian yang dilakukan mendukung hubungan antara *size* perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : *Size* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.3.2. Profitabilitas

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah didalilkan untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya managerial yang sama dengan gaya manajerial yang diperlukan untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan (Bowman dan Haire, 1976 dalam Hackston dan Milne, 1996). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mencerminkan suatu pendekatan manajemen adaptif dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan multidimensional serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, ketrampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk *survive* dalam lingkungan perusahaan masa kini (Cowen *et. al.*, 1987). Heinze (1976) dalam Gray *et. al.*, 1995b), 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.

Penelitian ilmiah terhadap hubungan profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang sangat beragam. Bowman dan Haire (1976) serta Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996) mendukung hubungan profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Bowman dan Haire melaporkan perbedaan penting rata-rata *return on equity* antara perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosial dengan yang tidak mengungkapkan. Preston melaporkan suatu *return on equity* yang lebih tinggi untuk yang mengungkapkan tanggung jawab sosial lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan *Fortune 500* lainnya.

Di sisi lain, Cowen *et. al.*, (1987) gagal mendukung hubungan profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Roberts (1992) menemukan bukti suatu hubungan positif antara laba dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Patten (1991) yang menggunakan berbagai ukuran profitabilitas seperti *lagged measures* gagal menemukan hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Davey (1982) dan Ng (1985) juga gagal menemukan bukti atas hubungan profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Selandia Baru. Gray *et. al.*, (2001) menemukan hubungan yang bervariasi setiap tahun untuk profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Donovan dan Gibson (2000) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat

mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca "good news" kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut.

Pendapat Donovan dan Gibson ini terbukti dalam penelitian longitudinal mereka di Australia, yang menunjukkan pada pertengahan 1980-an dimana rata-rata perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, hanya sedikit perusahaan yang mengungkapkan informasi sosial (lingkungan). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas mempunyai hubungan yang negatif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Konsisten dengan Donovan dan Gibson (2000), hipotesis berikut ini dikemukakan:

H₂ : Profitabilitas perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.3.3. Profile

Dalam membedakan industri *high-profile* dan *low-profile*, Roberts (1992) menggambarkan *high-profile* industri sebagai perusahaan yang dalam pandangan konsumen mempunyai resiko politis yang lebih tinggi, atau berkonsentrasi dalam persaingan yang ketat. Penelitian terdahulu yang mencakup *profile* industri telah menangkap suatu hubungan sistematis antara karakteristik ini dengan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Preston (1977) dalam Hackston dan Milne (1996) menyatakan bahwa kegiatan ekonomi perusahaan yang memodifikasi lingkungan, seperti industri

pertambangan, mungkin lebih banyak mengungkapkan informasi tentang dampak lingkungan mereka dibanding perusahaan jenis industri lain.

Patten (1991), mengidentifikasi industri minyak, industri bahan kimia, dan industri yang berkaitan dengan hutan dan kertas sebagai *high-profile*. Dierkes dan Preston (1977) dalam Hackston dan Milne (1996) menyatakan industri ekstraktif sangat nyata sebagai perusahaan *high-profile*. Roberts (1992) menyatakan otomotif, perusahaan penerbangan, dan industri minyak sebagai *high-profile*, dan makanan, kesehatan dan produk pribadi, hotel, dan peralatan dan produk rumah tangga sebagai *low-profile*. Hackston dan Milne (1996) sebagai tambahan dari kategori *high-profile* yang telah dimasukkan peneliti tersebut diatas menambahkan pertanian, minuman keras dan tembakau, dan media dan komunikasi sebagai *high-profile*.

Di Indonesia, Hasibuan (2001) memasukkan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi, dan pariwisata sebagai perusahaan yang *high-profile*. Penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya akan memasukkan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi, dan pariwisata dalam kategori perusahaan yang *high-profile*.

Penelitian yang berkaitan dengan *profile* perusahaan kebanyakan mendukung bahwa industri *high-profile* mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosialnya lebih banyak dari industri *low-profile*. Penelitian yang mendukung hubungan tersebut antara lain Hackston dan Milne (1996), Utomo (2000), Kokubu *et. al.*, (2001), Henny dan

Murtanto (2001) dan Hasibuan (2001). Penelitian ini akan mencoba menguji kembali pengaruh *profile* perusahaan terhadap praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : *Profile* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.3.4. Ukuran Dewan Komisaris

Menurut Fama dan Jensen (1983 dalam Beasley, 1996), dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi, yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Komposisi individu yang bekerja sebagai anggota dewan komisaris merupakan hal penting dalam memonitor aktivitas manajemen secara efektif (Fama, 1980; Fama dan Jensen, 1983, dalam Beasley, 1996). Lebih jauh mereka menyatakan bahwa keefektifan dalam memonitor manajemen merupakan fungsi dari *director mix* (*inside* dan *outside director*). Dewan komisaris yang terdiri dari *inside* dan *outside director* akan memiliki akses informasi khusus yang berharga yang dapat membantu dewan komisaris dan menjadikannya sebagai alat efektif dalam keputusan pengendalian (Fama, 1980; Fama dan Jensen, 1983; Klein, 1998 dalam Beasley, 2001).

Menurut Beasley (2001) ada tiga karakteristik penting dewan komisaris yang mendukung efektivitas dalam memonitor aktivitas manajemen. Karakteristik tersebut adalah: (1) komposisi dewan komisaris, (2) pemisahan antara pimpinan dewan komisaris dengan *Chief Executive Officer* (CEO), dan (3) ukuran dewan komisaris.

Dalam konteks pengungkapan informasi, manajemen akan berusaha menyediakan informasi keuangan untuk komunitas investor (Watts, 1977, dalam Arifin, 2002),

sehingga manajemen dapat dipandang sebagai agen, kepada siapa investor mempercayakan pengendalian atas sumber dayanya (Beaver, 1989). Jumlah item dan kualitas informasi yang diungkapkan dalam laporan yang dipersiapkan manajemen dipengaruhi oleh keputusan manajemen. Manajemen memiliki dorongan untuk mengungkapkan informasi yang menguntungkan dan menyembunyikan informasi yang tidak menguntungkan. Informasi yang menguntungkan akan diungkapkan seluas-luasnya, sedangkan informasi yang tidak menguntungkan kelihatannya tidak akan diungkapkan. Sebagai hasilnya, para pemegang saham tidak akan mengetahui secara khusus informasi apa yang disembunyikan. Untuk mengatasi masalah ini, pemegang saham mendelegasikan wewenang mereka dalam memonitor aktivitas manajemen kepada dewan komisaris.

Teori agensi telah digunakan secara luas dalam penelitian tentang dewan komisaris. Hal ini dilakukan dengan membagi tipe anggota dewan komisaris menjadi dua, yaitu: *outside* dan *inside directors* (Kosnik, 1987, dalam Arifin, 2002). Penelitian berkaitan dengan dewan komisaris di Indonesia dilakukan Arifin, (2002). Dia menemukan bahwa komposisi dewan komisaris yang diukur dengan rasio *outside directors* terhadap jumlah anggota dewan komisaris mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan sukarela. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan bagian pengungkapan sukarela di Indonesia karena belum ada aturan yang mengharuskan perusahaan untuk mengungkapkannya.

Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, 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. Oleh karena itu, sejalan dengan Coller dan Gregory (1999), Beasley (2001) dan Arifin (2002), hipotesis berikut ini dikemukakan:

H₄ : Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.3.5. *Leverage*

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai asset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi berarti sangat tergantung pada pinjaman luar untuk membiayai assetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* rendah lebih banyak membiayai assetnya dengan modal sendiri. Tingkat *leverage* perusahaan, dengan demikian, menggambarkan resiko keuangan perusahaan

Perjanjian terbatas seperti perjanjian hutang yang tergambar dalam tingkat *leverage* dimaksudkan membatasi kemampuan manajemen untuk menciptakan transfer kekayaan antar pemegang saham dan pemegang obligasi (Jensen dan Meckling, 1976; Smith dan Warner, 1979 dalam Belkaoui dan Karpik, 1989). Keterbatasan salah satunya termasuk dalam batas *leverage* keuangan (rasio hutang jangka panjang terhadap total asset). Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat

leverage yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hasil penelitiannya menunjukkan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Roberts (1992) pada sisi lain membuat suatu analisa berdasar pada hipotesis derajat tinggi ketergantungan pada hutang akan mendorong suatu perusahaan untuk menyelesaikan aktivitas sosial dan positif tentang pengungkapan informasi dalam rangka mempertemukan harapan kreditur dalam kaitan dengan peranan sosial. Ia memperoleh bukti untuk mendukung hipotesis bahwa semakin tinggi *debt to equity ratio*, maka pengungkapan tanggung jawab sosial akan semakin tinggi. Hasil ini bertentangan dengan yang diperoleh oleh Belkaoui dan Karpik (1989) serta Cormier dan Magnan (1999).

Riset di Jepang oleh Suda dan Kokubu (1994), dan Kokubu *et al.* (2001), yang menguji pengaruh *debt to equity ratio* terhadap pengungkapan lingkungan menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hal ini menurut Kokubu *et al.*, karena perusahaan Jepang secara tradisional, mempunyai hubungan yang baik dengan bank, walaupun mempunyai suatu derajat ketergantungan yang tinggi pada hutang.

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

H₅ : *Leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan antara lain seperti diringkas dalam tabel 2.1 berikut ini:

TABEL 2.1
RINGKASAN PENELITIAN TERDAHULU

Peneliti	Variabel Independen	Alat Analisis	Hasil
Kelly (1981)	Industri, Size	Regresi Linier Berganda	Industri primer dan sekunder mengungkapkan lebih banyak informasi sosial, Ukuran perusahaan berhubungan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
Davey (1982)	Industri, Size, Profitabilitas	Regresi Linier Berganda	Industri, size dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
Ng (1985)	Industri, Size, Profitabilitas	Regresi Linier Berganda	Industri, size dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
Cowen Et. al (1987)	Industri, Size, Profitabilitas	Regresi Linier Berganda	Size dan tipe industri berpengaruh terhadap sebagian pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
Belkaoui & Karpik (1989)	<i>Social performance, leverage, dividen, size, Rasio modal intensif, resiko sistematis, Return on assets, stock price return</i>	Regresi Linier Berganda	<i>Social performance, size, dan resiko sistematis</i> berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, <i>Leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. <i>Dividen, Rasio modal intensif, Return on assets, dan stock price return</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
Patten (1991)	Industri, Size, Profitabilitas	Regresi Linier Berganda	<i>Size dan tipe industri</i> berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan <i>Profitabilitas</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

TABEL 2.1 (Sambungan)
RINGKASAN PENELITIAN TERDAHULU

Peneliti	Variabel Independen	Alat Analisis	Hasil
Hackston dan Milne (1996)	Industri, Size, Profitabilitas	Regresi Linier Berganda	Size dan tipe industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan Profitabilitas tidak signifikan
Utomo (2000)	Tipe industri	Uji beda	Tipe industri high profile mengungkapkan lebih banyak dari tipe industri low profile
Heni dan Murtanto (2001)	Tipe industri	Uji beda	Tipe industri high profile mengungkapkan lebih banyak dari tipe industri low profile, Tipe pengungkapan adalah naratif kualitatif
Hasibuan (2001)	Size, rasio kepemilikan publik, profile perusahaan, basis perusahaan dan jenis industri	Regresi Linier Berganda	Size dan profile berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, Rasio kepemilikan publik, basis perusahaan dan jenis industri tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
Kokubu et al., (2001)	size, industri, leverage, floating stock ratio, hubungan konsumen, dan profitabilitas.	Regresi Logistic	Size dan Industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Leverage, floating stock ratio, hubungan konsumen, dan profitabilitas tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
Gray et al., (2001)	Turnover, Modal, jumlah tenaga kerja dan profitabilitas	Regresi Linier Berganda	Turnover, modal, dan jumlah tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan Profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan yang bervariasi terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
Arifin, (2002)	Komposisi dewan komisaris, komite audit, dan Size	Regresi Linier Berganda	Komposisi dewan komisaris dan Size perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan sukarela, sedangkan komite audit tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan sukarela.

Sumber : Review hasil penelitian

2.5. Hubungan Penelitian dengan Penelitian Terdahulu

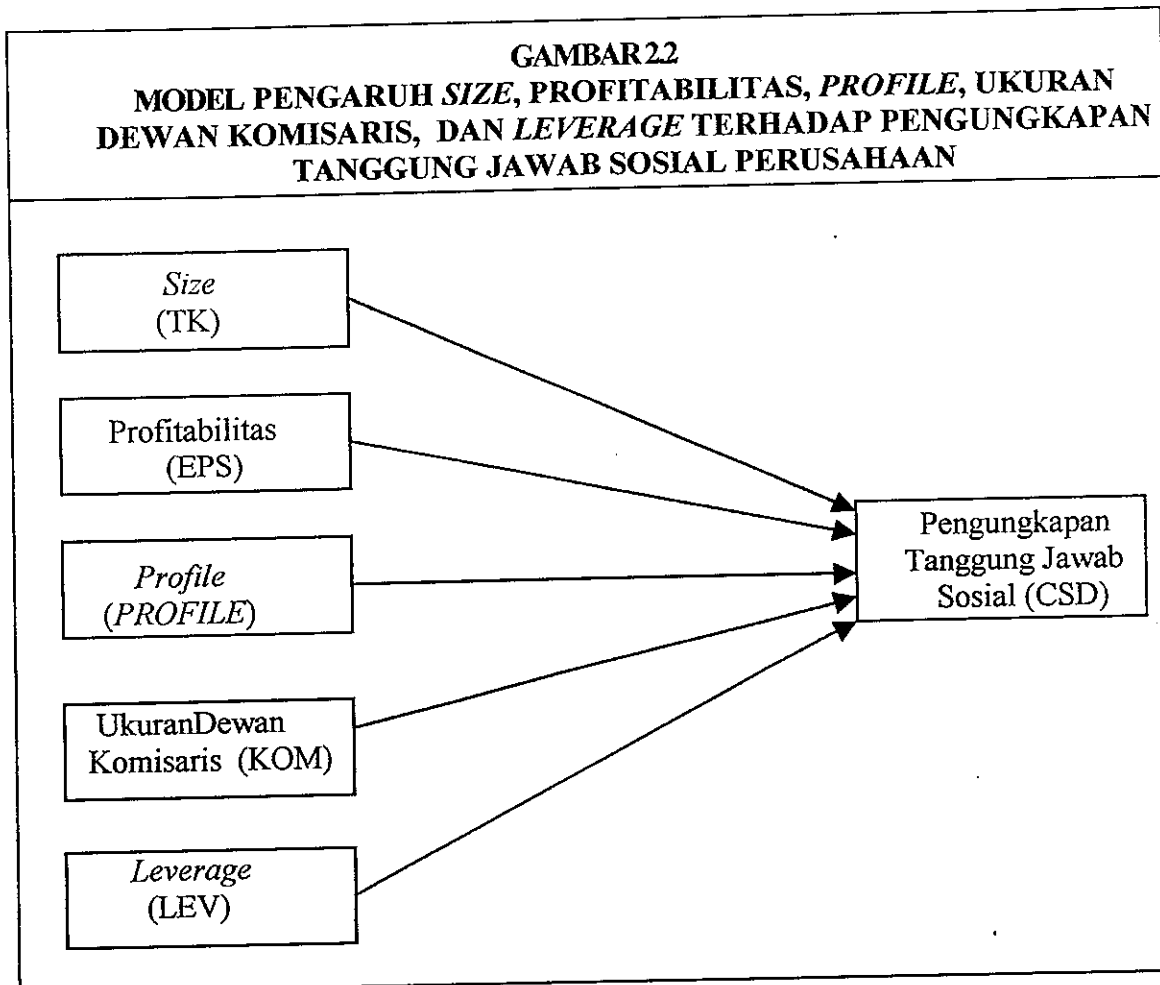
Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Hackston dan Milne (1996) yang menguji pengaruh *size*, profitabilitas dan tipe industri (*profile*) terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Selandia baru. Ketiga variabel tersebut merupakan variabel yang relevan dalam mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial seperti yang dilakukan oleh Davey, (1982); Ng, (1985); Belkaoui dan Karpik, (1989); Patten, (1991); Roberts, (1992); Hasibuan, (2001), Gray *et. al.*, (2001); dan Kokubu *et. al.*, (2001).

Pengembangan dari penelitian Hackston dilakukan dengan menambahkan variabel *leverage* dan ukuran dewan komisaris sebagai variabel penduga tanggung jawab sosial perusahaan. Variabel *leverage* telah digunakan oleh beberapa penelitian terdahulu dalam hubungannya dengan tanggung jawab sosial perusahaan seperti Belkaoui dan Karpik, (1989); Roberts (1992); Suda dan Kokubu, (1994); Cormier dan Magnan, (1999); dan Kokubu *et. al.*, (2001). Ukuran dewan komisaris merupakan salah satu karakteristik dewan komisaris. Karakteristik dewan komisaris sering digunakan dalam penelitian terdahulu dalam hubungannya dengan pengungkapan suka rela oleh perusahaan seperti Arifin, (2002). Variabel ini merupakan variabel yang relevan untuk digunakan sebagai penduga pengungkapan tanggung jawab sosial karena pengungkapan ini merupakan bagian dari pengungkapan suka rela.

2.6. Kerangka Pemikiran Teoritis

Berdasarkan temuan-temuan penelitian yang menguji pengaruh antara *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris, dan tingkat *leverage* dengan

pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka dibuat model penelitian seperti dalam gambar 2.2 berikut ini:



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

3.1.1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang tercatat (*go-public*) di Bursa Efek Jakarta (BEJ) seperti yang tercantum dalam *Indonesian Capital Market Directory 2002*. Perusahaan yang tercatat di BEJ digunakan sebagai populasi karena karena perusahaan tersebut mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan tahunan kepada pihak luar perusahaan, sehingga memungkinkan laporan tahunan tersebut diperoleh dalam penelitian ini. Dari *Indonesian Capital Market Directory* tersebut diketahui bahwa jumlah perusahaan yang tercatat (*go-public*) di BEJ adalah 323 perusahaan.

3.1.2. Sampel

Dari 323 perusahaan yang tercatat di BEJ sesuai dengan yang tercantum dalam *Indonesian Capital Market Directory 2002*, penentuan jumlah minimal sampel yang diperlukan agar hasilnya dapat representatif dengan jumlah populasi yang ada digunakan rumus berikut (Babbie, Earl; 1983, dalam Hasibuan, 2001):

$$n = \frac{N.pq}{(N - 1) D + pq}$$
$$D = B^2/4$$

Dimana :

- N = populasi
- n = jumlah sampel
- p = probabilitas untuk meminimumkan *sampling error*, digunakan 0,5

$$q = (1-p) = 0,5$$
$$B = \text{bound of error yang diperkirakan tidak lebih dari } 10 \%$$

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus tersebut diatas maka diperoleh jumlah minimal sampel 76 perusahaan. Jumlah sampel ini cukup representatif karena Roscoe (1975) dalam Sekaran (2000) menyatakan bahwa dalam analisis regresi berganda ukuran sampel hendaknya minimal sepuluh kali dari jumlah variabel dalam penelitian.

Setelah jumlah sampel minimum diketahui, ditentukan jumlah perusahaan yang menjadi sampel untuk mewakili sektor masing-masing sesuai dengan stratifikasi yang berlaku di Bursa Efek Jakarta. Penentuan jumlah sampel untuk masing-masing sektor dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

- 1) Menghitung proporsi masing-masing sektor dengan membagi total jumlah perusahaan dalam sektor dengan total sampel.
- 2) Proporsi masing-masing sektor kemudian dikalikan dengan jumlah perusahaan yang terdapat pada masing-masing sektor untuk mendapatkan jumlah sampel yang mewakili sektor tersebut.
- 3) Apabila dari hasil perkalian proporsi dengan jumlah perusahaan dalam suatu sektor menghasilkan nilai di bawah satu maka sampel dari sektor tersebut dianggap satu. Hal ini dilakukan untuk mencegah adanya sektor yang tidak terwakili dalam sampel.
- 4) Sampel masing-masing sektor kemudian diambil secara random untuk memperoleh perusahaan yang mewakili sektor tersebut.

Proses ini menghasilkan 78 sampel (lebih besar dari jumlah sampel minimum hasil perhitungan), seperti terlihat dalam tabel 3.1 berikut ini:

TABEL 3.1
HASIL PENENTUAN JUMLAH SAMPEL

No.	Sektor	Proporsi	Jumlah Perusahaan	Jumlah Sampel
1.	Agriculture Forestry and Fishing	2.17%	7	2
2.	Animal Feed and Husbandry	2.48%	8	2
3.	Mining and Mining service	2.48%	8	2
4.	Construction	0.62%	2	1
5.	Manufacturing	48.61%	157	37
6.	Transportation Service	2.48%	8	2
7.	Communication	0.62%	2	1
8.	Whole Sale and Retail Trade	4.33%	14	3
9.	Banking, Credit Agencies, Securities, Insurance and Real estate	28.17%	91	21
10.	Hotel And Travel Service	2.17%	7	2
11.	Holding and Other Investment	0.62%	2	1
12.	Others	5.26%	17	4
Total		100%	323	78

Sumber: *Indonesian Capital Market Directory 2002 yang diolah*

3.2. Prosedur Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data *cross sectional*. Data *cross sectional* digunakan karena penelitian ini menguji faktor-faktor intern perusahaan yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam industri yang berbeda pada waktu yang sama. Data tersebut merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan yang tercatat di BEJ. Data tersebut dicari dalam situs BEJ yaitu www.jsx.co.id.

3.3. Operasionalisasi Variabel

3.3.1. Pengungkapan Tanggung jawab Sosial

Definisi

Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan data yang diungkapkan oleh perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosialnya yang meliputi tema lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum .

Skala Pengukuran.

Content analysis digunakan untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Content analysis* adalah suatu metoda pengkodifikasian teks dari ciri yang sama untuk ditulis ke dalam berbagai kelompok (atau kategori) tergantung pada kriteria yang ditentukan (Weber, 1988). Berdasarkan kode tersebut, skala kuantitatif dibuat untuk dapat dianalisa lebih lanjut. Krippendorff (1980) menyatakan bahwa "*Content analysis* adalah suatu teknik riset untuk membuat kesimpulan yang *valid* dan *replicable* dari data berdasarkan konteksnya". Dalam format lain, metoda ini telah secara luas diadopsi dalam penelitian terdahulu tentang pengungkapan tanggung jawab sosial seperti Abbott dan Monsen (1979); Ernst& Ernst, (1978); Guthrie dan Mathews, (1985); Guthrie dan Parker, (1990) yang dinyatakan dalam Hackston dan Milne (1996).

Checklist dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam tujuh kategori yaitu: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Kategori ini diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996). Ketujuh

kategori tersebut terbagi dalam 90 item pengungkapan. Berdasarkan peraturan Bapepam No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item tersebut untuk diaplikasikan di Indonesia, maka penyesuaian kemudian dilakukan. Dua belas item dihapuskan karena kurang sesuai untuk diterapkan dengan kondisi di Indonesia sehingga secara total tersisa 78 item pengungkapan. Tujuh puluh delapan item tersebut kemudian disesuaikan kembali dengan masing-masing sektor industri sehingga item pengungkapan yang diharapkan dari setiap sektor berbeda-beda seperti yang dapat dilihat pada lampiran 1.

Indikator

Checklist dilakukan untuk setiap item yang diungkapkan oleh perusahaan. Total *checklist* dihitung untuk mendapatkan jumlah item yang diungkapkan perusahaan. Indeks pengungkapan masing-masing perusahaan kemudian dihitung dengan membagi jumlah item yang diungkapkan perusahaan dengan jumlah item yang diharapkan diungkapkan perusahaan sesuai dengan sektor industri perusahaan tersebut. Perhitungan indeks pengungkapan ini konsisten dengan penelitian yang sebelumnya yang dilakukan di Indonesia (Utomo, 2000; Henny dan Murtanto, 2001; dan Hasibuan, 2001), yang dapat dinotasikan dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{CSD} = \frac{V}{M}$$

Dimana :

- CSD = Indeks pengungkapan perusahaan
- V = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan
- M = Jumlah item yang diharapkan diungkapkan oleh perusahaan.

3.3.2. Size

Definisi

Size perusahaan adalah jumlah aktiva (aktiva tetap, aktiva tak berwujud dan aktiva lain-lain), jumlah penjualan, atau jumlah tenaga kerja yang dimiliki perusahaan sampai akhir periode pelaporan keuangan.

Skala Pengukuran

Skala pengukuran untuk *size* perusahaan adalah rasio.

Indikator

Dalam penelitian terdahulu, *size* perusahaan diukur dengan jumlah karyawan, *total assets*, atau volume penjualan. Belkaoui dan Karpik (1989) menggunakan *log of net sales*, sedangkan Trotman dan Bradley (1981) menggunakan total harta dan penjualan. Roberts (1992) menggunakan rata-rata pendapatan empat tahun. Patten (1991) menggunakan *log of sales*. Jumlah karyawan, penjualan dan total harta kelihatannya menjadi sesuatu yang berhubungan sangat tinggi (Kimberly, 1976 dalam Hackston dan Milne, 1996). Hackston dan Milne (1996) menggunakan kapitalisasi pasar, penjualan, dan total assets. Gray *et. al.*, (2001) menggunakan *turnover* dan jumlah karyawan. Penelitian ini, konsisten dengan Gray *et. al.*, (2001) menggunakan jumlah tenaga kerja sebagai ukuran untuk *size* perusahaan.

3.3.3. Profitabilitas.

Definisi

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham.

Skala pengukuran

Skala pengukuran untuk profitabilitas perusahaan adalah rasio.

Indikator

Dalam penelitian terdahulu, ukuran probabilitas yang digunakan juga berbeda-beda. Abbott dan Mosen, (1979); Bowman dan Haire, (1976); Cowen *et. al.*, (1987) dalam Hackston dan Milne (1996) menggunakan ukuran rata-rata dari *return on equity*, atau *return on asset* lebih dari satu periode. Hackston dan Milne (1996) menggunakan *return on equity* dan *return on assets*. Gray *et. al.*, (2001) menggunakan *net earning before interest and tax* (NEBIT). Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) menyatakan bahwa ukuran profitabilitas yang sering digunakan dalam penelitian adalah (1) return pemegang saham, (2) rasio return terhadap asset, modal sendiri, penjualan dan modal, (3) pendapatan per lembar saham, (4) ukuran pendapatan dan (5) ukuran *price-earning ratio*. Konsisten dengan penelitian terdahulu maka profitabilitas dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan pendapatan per-lembar saham (*earning per-share*).

3.3.4. Profile

Definisi

Profile perusahaan merupakan pandangan masyarakat tentang karakteristik yang dimiliki perusahaan berkaitan dengan bidang usaha, resiko, karyawan yang dimiliki dan lingkungan perusahaan.

Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan untuk *profile* perusahaan adalah nominal.

Indikator

Dummy variabel akan digunakan untuk mengklasifikasikan *high-profile* dan *low-profile*. *High-profile* akan diberi nilai 1 yaitu untuk perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang (Hasibuan, 2001;; Utomo, 2000; Hackston dan Milne, 1996): perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi, dan pariwisata. Nilai 0 diberikan untuk perusahaan yang *low-profile*, yang meliputi bidang bangunan, keuangan dan perbankan, supplier peralatan medis, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga.

3.3.5. Ukuran Dewan Komisaris

Definisi

Ukuran dewan komisaris yang dimaksud disini adalah banyaknya jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan.

Skala Pengukuran

Skala yang digunakan untuk ukuran dewan komisaris adalah rasio.

Indikator

Ukuran dewan komisaris yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan Beasley (2001) yaitu jumlah anggota dewan komisaris.

3.3.6. Leverage.

Definisi

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai asset perusahaan.

Skala pengukuran

Skala pengukuran untuk *leverage* adalah rasio.

Indikator

Leverage yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan pengukuran yang digunakan Kokubu *et. al.*, (2001) yaitu rasio hutang terhadap modal sendiri.

Secara lebih terperinci skala pengukuran dan indikator masing masing variabel adalah seperti dalam tabel 3.2. berikut ini

TABEL 3.2
INDIKATOR DAN SKALA PENGUKURAN VARIABEL

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Keterangan
<u>Variabel dependen</u> Indeks Pengungkapan perusahaan (CSD)	Jumlah item yang diungkapkan perusahaan/ Jumlah item yang diharapkan diungkapkan.	Rasio	$CSD = V/M$
<u>Variabel Independen</u> • <i>Size</i> (TK) Profitabilitas (EPS) • <i>Profile</i> (PROFILE) • Ukuran dewan komisaris (KOM) • <i>Leverage</i> (LEV)	Jumlah tenaga kerja Pendapatan sebelum pajak/ Rata-rata saham beredar <i>High-profile</i> <i>Low-profile</i> Jumlah anggota dewan komisaris Total hutang/ modal sendiri	Rasio Rasio Nominal Rasio Rasio	1 = <i>High-profile</i> 0 = <i>Low-profile</i>

Sumber: Data yang diolah

3.4. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.4.1. Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Penelusuran laporan tahunan perusahaan sampel dengan langkah sebagai berikut:

- a. Melakukan *checklist* atas item-item yang diungkapkan perusahaan
 - b. Menghitung jumlah item yang diungkapkan perusahaan
 - c. Menghitung indeks pengungkapan perusahaan dengan membagi jumlah item yang diungkapkan perusahaan dengan jumlah item yang diharapkan diungkapkan perusahaan.
2. Pencatatan dan penyesuaian antara pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan variabel independen, serta melakukan transformasi apabila diperlukan
 3. Menguji pengaruh variabel independen terhadap indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menggunakan uji regresi dengan taraf signifikansi 0,05 secara simultan dan parsial.

3.4.2. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian ini. Alat yang digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan adalah rata-rata, median, maksimum, minimum dan standar deviasi.

3.4.3. Uji Kualitas Data

Sebelum dilakukan analisis terhadap data maka terlebih dahulu data diuji dengan menggunakan uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal.

Uji Normalitas dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik dan dengan melihat histogram dari residualnya. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya maka data menunjukkan pola distribusi normal, sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.4.4 Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian hipotesis dilaksanakan maka terlebih dahulu data diuji kondisi *multicollinearity* dengan menganalisis nilai *VIF*, *autocorrelation* dengan memperhatikan nilai *Durbin Watson (dw)*, dan pengujian *heterokedastisitas* dilakukan dengan Uji Glejser dengan beberapa tahap yaitu:

- 1) Melakukan analisis regresi berganda untuk memperoleh variabel residual.
- 2) Menguji berbagai variabel independen dan variabel absolut residual sebagai variabel dependen, jika koefisien tertentu secara statistik signifikan maka variabel tersebut mengandung gejala heteroskedastisitas (Gujarati, 1995).

Jika ketiga asumsi klasik tersebut terjadi dalam karakteristik data maka di-*treatment* sehingga data yang digunakan dalam pengujian hipotesis berdistribusi normal dan bebas asumsi klasik (Gujarati, 1995; Hair, 1998). Karakteristik data seperti itu akan menghasilkan kesimpulan penelitian yang lebih tepat dan objektif.

3.4.5. Uji Hipotesis

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini. Dalam analisis regresi linear berganda, selain mengukur kekuatan pengaruh

variabel independen terhadap variabel dependen, juga menunjukkan arah pengaruh tersebut. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris, dan *leverage* sedangkan variabel dependennya adalah indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Adapun persamaan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{CSD} = \beta_0 + \beta_1 \text{TK} + \beta_2 \text{EPS} + \beta_3 \text{PROFILE} + \beta_4 \text{KOM} + \beta_5 \text{LEV} + e$$

Dimana:

CSD	=	Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial
TK	=	Jumlah tenaga kerja
EPS	=	Pendapatan per-lembar saham
PROFILE	=	<i>Profile</i>
KOM	=	Jumlah anggota dewan komisaris
LEV	=	Rasio hutang terhadap modal sendiri
β_0	=	<i>Intercept</i>
β_1, \dots, β_5	=	Koefisien regresi
e	=	<i>Error</i>

Hipotesis diuji dengan pengujian terhadap validitas model regresi berganda dengan menggunakan statistik uji-F dan statistik uji-t. Statistik uji-F ini dilakukan untuk menguji kemampuan seluruh variabel independen secara bersama-sama dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Ketentuan penolakan atau penerimaan hipotesis adalah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara bersama-sama kelima variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

- b. Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka hipotesis tidak dapat ditolak (koefisien regresi signifikan). Ini berarti bahwa secara bersama-sama kelima variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen

Setelah melaksanakan pengujian secara keseluruhan maka kemudian dilakukan pengujian untuk mengetahui kemampuan masing-masing variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen dengan uji statistik-t. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penolakan atau penerimaan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

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

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Proses Penentuan Sampel.

Berdasarkan data yang diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory 2002* diketahui bahwa perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta sebanyak 323 perusahaan. Dari jumlah 323 perusahaan tersebut diambil sampel sebanyak 78 perusahaan dengan metode *stratified random sampling*. Dalam menentukan perusahaan yang menjadi sampel dari setiap sektor dan blok dilakukan secara undian sehingga setiap perusahaan mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Proses ini menghasilkan 78 perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Data laporan tahunan 2002 dari 78 perusahaan sampel kemudian di ambil dari situs BEJ, www.jsx.co.id. Dalam proses ini dilakukan beberapa kali *resampling* karena belum semua perusahaan yang terpilih menjadi sampel menyampaikan laporan tahunannya ke Bursa Efek Jakarta. Proses *resampling* dilakukan dengan memperhatikan sektor dan blok perusahaan yang digantikan.

Daftar lengkap perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini sesuai dengan sektor dan blok industri dalam *Indonesian Capital Market Directory 2002* dapat dilihat pada lampiran 2. Adapun distribusi sampel berdasarkan sektor industri adalah seperti dalam tabel 4.1 berikut ini.

TABEL 4.1
DISTRIBUSI SAMPEL BERDASARKAN SEKTOR INDUSTRI

No	Sektor	Jumlah	%
1	Agriculture Forestry and Fishing	2	2,56%
2	Animal Feed and Husbandry	2	2,56%
3	Mining and Mining service	2	2,56%
4	Construction	2	2,56%
5	Manufacturing	37	47,44%
6	Transportation Service	2	2,56%
7	Communication	1	1,28%
8	Whole Sale and Retail Trade	3	3,85%
9	Banking, Credit Agencies, Securities, Insurance & real estate	19	24,36%
10	Hotel And Travel Service	2	2,56%
11	Holding and Other Investment	1	1,28%
12	Others	5	6,41%
	Total	78	100,00%

Sumber: Data yang diolah.

4.2. Gambaran Umum Sampel.

4.2.1. Size

Sampel yang terpilih dalam penelitian ini cukup bervariasi dilihat dari *size* perusahaan berdasarkan jumlah tenaga kerja. Data tentang jumlah tenaga kerja masing-masing perusahaan dapat dilihat pada lampiran 4. Komposisi sampel berdasarkan jumlah tenaga kerja adalah seperti dalam tabel 4.2 berikut ini

TABEL 4.2
KOMPOSISI SAMPEL BERDASARKAN JUMLAH TENAGA KERJA

Tenaga Kerja	Jumlah Perusahaan	Persentase
Kurang dari 500	32	41,03%
500 – 1.000	14	17,95%
Lebih dari 1.000	32	41,03%
Jumlah	78	100,00%

Sumber: Data yang diolah

4.2.2. Profitabilitas

Dilihat dari sisi profitabilitas, yang dalam penelitian ini diukur dengan *earning per share* (EPS) diketahui bahwa perusahaan yang memiliki EPS positif sebanyak 64 perusahaan, sedangkan yang memiliki EPS negatif sebanyak 14 perusahaan. EPS masing-masing perusahaan dapat dilihat pada lampiran 4. Komposisi sampel berdasarkan EPS adalah seperti dalam tabel 4.3 berikut ini.

TABEL 4.3
KOMPOSISI SAMPEL BERDASARKAN *EARNING PER-SHARE*

Earning per-Share	Jumlah Perusahaan	Persentase
Negatif	14	17,95%
Kurang dari 100	35	44,87%
100-199,99	8	10,26%
200-299,99	8	10,26%
300-399,99	6	7,69%
400-499,99	3	3,85%
500 atau lebih	4	5,13%
Total	78	100,00%

Sumber: Data yang diolah.

4.2.3. Profile

Berdasarkan *profile* atau tipe industri, sampel yang masuk kategori *high-profile* sebanyak 23 perusahaan dan yang masuk kategori *low-profile* sebanyak 42 perusahaan seperti yang terlihat dalam tabel 4.4. Secara lengkap, klasifikasi perusahaan berdasarkan kategori *high-profile* dan *low-profile* dapat dilihat pada lampiran 5.

UPT-PUSTAK-UNDIP

TABEL 4.4

KOMPOSISI SAMPEL BERDASARKAN *PROFILE*

<i>Profile</i>	Jumlah Perusahaan	Persentase
<i>High-profile</i>	36	46,15%
<i>Low-profile</i>	42	53,85%
Jumlah	78	100,00%

Sumber: Data yang diolah.

4.2.4. Ukuran Dewan Komisaris.

Dilihat dari ukuran dewan komisaris, kebanyakan perusahaan sampel memiliki 3 orang anggota dewan komisaris yakni untuk 35 perusahaan (46,15%), dan hanya satu perusahaan yang memiliki 8 orang anggota dewan komisaris. Jumlah anggota dewan komisaris masing-masing perusahaan dapat dilihat pada lampiran 4. Komposisi sampel berdasarkan jumlah anggota dewan komisaris adalah seperti dalam tabel 4.5 berikut ini.

TABEL 4.5

KOMPOSISI SAMPEL BERDASARKAN JUMLAH ANGGOTA DEWAN KOMISARIS

Jumlah Anggota Dewan Komisaris	Jumlah Perusahaan	Persentase
2 orang	5	6,41%
3 orang	36	46,15%
4 orang	9	11,54%
5 orang	9	11,54%
6 orang	13	16,67%
7 orang	3	3,85%
8 orang	1	1,28%
9 orang	2	2,56%
	78	100,00%

Sumber: Data yang diolah.

4.2.5. Leverage.

Perusahaan sampel yang mengalami defisiensi modal (*shareholder equity* negatif) ada sebanyak 6 perusahaan. Perusahaan yang memiliki rasio hutang terhadap modal sendiri berkisar antara 0,00 sampai 1,00 kali, sebanyak 33 perusahaan, sedangkan yang rasionya lebih dari 1,00 sebanyak 39 perusahaan. Rasio hutang terhadap modal sendiri masing-masing perusahaan dapat dilihat pada lampiran 4. Komposisi sampel berdasarkan rasio hutang terhadap modal sendiri dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini.

TABEL 4.6
KOMPOSISI SAMPEL BERDASARKAN RASIO HUTANG TERHADAP MODAL SENDIRI

Rasio Hutang terhadap Modal Sendiri	Jumlah Perusahaan	Persentase
Negatif(<i>defisiensi modal</i>)	6	7,69%
0,00 – 1,00	33	42,31%
Lebih dari 1,00	39	50,00%
Jumlah	78	100,00%

Sumber: Data yang diolah.

4.2.6. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Gambaran tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan sektor dan blok industri adalah seperti yang terlihat dalam tabel 4.7. Dari tabel tersebut terlihat bahwa berdasarkan blok industri jumlah pengungkapan paling banyak dilakukan oleh sektor bank yaitu sebanyak 91 pengungkapan atau 6,41% dari total pengungkapan, sedangkan yang paling sedikit adalah sektor *Paper and Allied Products* yang hanya membuat 4 pengungkapan atau 0,28% dari total pengungkapan.

TABEL 4.7
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL BERDASARKAN
SEKTOR/BLOK INDUSTRI

No	Sektor/Blok	Jumlah Perusahaan	Jumlah Pengungkapan	Persentase Pengungkapan
I	Agriculture Forestry and Fishing	2	51	3,59%
II	Animal Feed and Husbandry	2	35	2,46%
III	Mining and Mining service	2	38	2,68%
IV	Construction	2	54	3,80%
V	Manufacturing			
	1. Food and Beverages	4	71	5,00%
	2. Tobacco Manufacturers	1	35	2,46%
	3. Textile mill Products	2	23	1,62%
	4. Apparel and Other Textile Products	3	47	3,31%
	5. Lumber and Wood Products	1	42	2,96%
	6. Paper and Allied Products	1	4	0,28%
	7. Chemical and Allied Products	2	22	1,55%
	8. Adhesive	1	21	1,48%
	9. Plastics and Glass Products	3	39	2,75%
	10. Cement	1	49	3,45%
	11. Metal and Allied Products	3	32	2,25%
	12. Fabricated Metal Products	1	11	0,77%
	13. Stone, Clay, Glass Products	1	11	0,77%
	14. Machinery	1	41	2,89%
	15. Cable	1	9	0,63%
	16. Electronic and Office Equipment	1	20	1,41%
	17. Automotive and Allied Products	4	78	5,49%
	18. Photographic Equipment	1	35	2,46%
	19. Pharmaceuticals	3	74	5,21%
	20. Consumer Goods	2	76	5,35%
VI	Transportation Service	2	55	3,87%
VII	Communication	1	38	2,68%
VIII	Whole Sale and Retail Trade	3	38	2,68%
IX	Banking, Credit Agencies Other than Bank, securities, Insurance			
	1. Bank	5	91	6,41%
	2. Credit Agencies Other than Bank	2	26	1,83%
	3. Securities	2	23	1,62%
	4. Insurance	2	38	2,68%
	5. Real Estate and Property	8	83	5,85%
X	Hotel And Travel Service	2	24	1,69%
XI	Holding and Other Investment	1	23	1,62%
XII	Others	5	63	4,44%
		78	1420	100,00%

Sumber: Data yang diolah.

Kategori yang paling banyak diungkapkan perusahaan adalah kategori lain-lain tentang tenaga kerja, yaitu sebanyak 681 pengungkapan atau 47,96% dari total pengungkapan, sedangkan kategori yang paling sedikit diungkapkan adalah kategori energi yang hanya 16 pengungkapan atau 1,13% dari total pengungkapan. Dilihat dari perusahaan yang membuat pengungkapan, maka kategori produk dan lain-lain tentang tenaga kerja diungkapkan oleh keseluruhan perusahaan (100%), sedangkan kategori energi hanya diungkapkan oleh 11 perusahaan (14,10%). Gambaran tentang pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan kategori pengungkapan dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini

TABEL 4.8
DISTRIBUSI PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL
BERDASARKAN KATEGORI

No.	Kategori	Jumlah Perusahaan yang membuat pengungkapan	Persentase Perusahaan yang membuat pengungkapan	Jumlah Pengungkapan	%
1	Lingkungan	38	48,72%	112	7,89%
2	Energi	11	14,10%	16	1,13%
3	Produk	78	100,00%	235	16,55%
4	Keterlibatan Masyarakat	55	70,51%	168	11,83%
5	Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja	66	84,62%	161	11,34%
6	Lain-lain tentang Tenaga Kerja	78	100,00%	681	47,96%
7	Umum	25	32,05%	47	3,31%
Total				1420	100,00%

Sumber: Data yang diolah.

4.3. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.

Deskripsi statistik keseluruhan variabel penelitian yang mencakup nilai rata-rata, maksimum, minimum dan standar deviasi adalah seperti yang terlihat dalam tabel 4.9.

TABEL 4.9
DESKRIPSI STATISTIK VARIABEL PENELITIAN

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSD	78	.051	.641	.25059	.14190
TK	78	9	16622	2025.79	3266.61
EPS	78	-6187.00	4073.00	94.2650	882.5876
PROFILE	78	0	1	.45	.50
KOM	78	2	9	4.15	1.64
LEV	78	-34.77	75.89	3.0731	11.6280
Valid N (listwise)	78				

Sumber: Data yang diolah.

4.4. Analisis Data

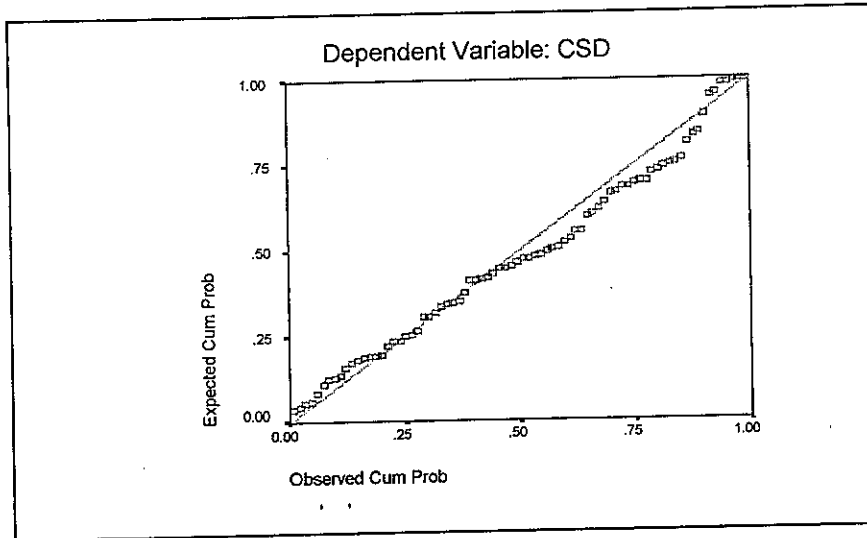
4.4.1. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan uji normalitas data. Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel yang diuji mempunyai distribusi normal atau tidak. Asumsi ini diuji dengan menggunakan *normal probability plot of standardized residual* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Imam Ghozali, 2001). Hasil pengujian ini dapat dilihat pada gambar 4.1 .

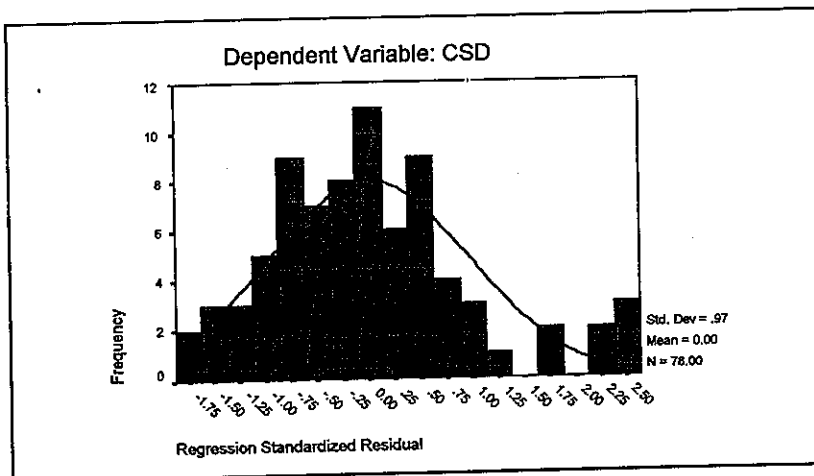
Dari gambar 4.1. dapat dilihat bahwa titik titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa penyebaran data mendekati normal atau memenuhi asumsi normalitas. Hal ini

didukung dengan tampilan grafik histogram dan *normal probability plot* yang ditunjukkan dalam gambar 4.2.

GAMBAR 4.1
NORMAL P-P PLOT OF REGRESSION STANDARDIZED RESIDUAL



GAMBAR 4.2
HISTOGRAM DAN NORMAL PROBABILITY PLOT



4.4.2. Uji Asumsi Klasik

4.4.2.1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan korelasi antar variabel independen. *Tolerance Value*, dan *Variance Inflation Factor (VIF)*, dapat digunakan untuk menentukan adanya problem multikolinearitas dalam suatu persamaan regresi (Gujarati, 1995). Dalam penelitian ini *Tolerance Value* dan *VIF* digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas. Kedua ukuran ini menunjukkan variabel bebas mana yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *Tolerance value* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Batas *tolerance value* yang dipakai dalam penelitian ini adalah 0,10 (Imam Ghazali, 2001), sedangkan untuk *VIF* gejala multikolinearitas akan terdeteksi jika nilai *VIF* lebih besar dari 5 (Gujarati 1995). Hasil perhitungan Nilai tolerance dan *VIF* dapat adalah seperti dalam tabel 4.10 berikut ini.

TABEL 4.10
NILAI TOLERANCE DAN VARIANCE INFLACTION FACTOR (VIF)

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
TK	.965	1.036
EPS	.996	1.004
PROFILE	.939	1.065
KOM	.906	1.104
LEV	.999	1.001

Sumber: Data yang diolah.

Dari tabel diatas terlihat bahwa tidak ada nilai tolerance yang kurang dari 10%. Hasil perhitungan pada kolom *VIF* juga menunjukkan hal yang sama, yakni tidak ada

variabel independen yang memiliki nilai *VIF* lebih dari 5. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

4.4.2.2. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas.

Pengujian gejala heterokedastisitas dalam model regresi dapat dilakukan dengan uji Glejser yang mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen (Gujarati 1995, dalam Imam Ghozali, 2001). Jika koefisien parameter beta variabel independen persamaan regresi tersebut tidak signifikan secara statistik, maka hal ini menunjukkan bahwa dalam model empiris yang diestimasi tidak terjadi heterokedastisitas. Hasil Uji Glejser dapat dilihat dalam tabel 4.11, berikut ini:

TABEL 4.11
HASIL UJI GLEJSER UNTUK HETEROKEDASTISITAS

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.387E-02	.022		1.508	.136
TK	6.009E-07	.000	.027	.236	.814
EPS	3.007E-06	.000	.037	.325	.746
PROFILE	1.584E-02	.017	.109	.942	.350
KOM	1.015E-02	.005	.230	1.946	.056
LEV	-4.186E-04	.001	-.067	-.596	.553

Dependent Variable: ABSUT

Sumber: Data yang diolah.

Dari tabel diatas terlihat bahwa tidak ada variabel independen yang signifikan pada level signifikansi 0,05. Hal ini berarti tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi tersebut. Hasil pengujian ini sejalan dengan grafik scatterplot yang dapat dilihat dalam lampiran 6.

4.4.2.3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya ($t-1$). Pengujian terhadap autokorelasi dapat dideteksi dengan Durbin Watson test. Adapun kriteria pengambilan keputusan tentang ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut (Imam Ghazali, 2001):

1. Bila nilai DW terletak antara batas atas (du) dan $4 - du$, maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
2. Bila nilai DW lebih rendah dari batas bawah (dl), maka koefisien autokorelasi lebih besar dari nol, berarti ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW lebih besar dari $4 - dl$, maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari nol, berarti ada autokorelasi negatif.
4. Bila nilai DW terletak antara batas atas (du) dan batas bawah (dl), atau terletak antara $4 - du$ dan $4 - dl$, maka hasilnya tidak dapat disimpulkan

Berdasarkan hasil perhitungan nilai DW adalah sebesar 2,125. Nilai batas bawah (dl) dan batas atas (du) untuk $n = 78$ dengan lima variabel bebas adalah $dl = 1,364$ dan $du = 1,624$. Dengan demikian nilai DW terletak antara du (1,624) dengan $4 - du$ (2,374). Hal ini berarti bahwa dalam model tidak terdapat autokorelasi. Hasil ini didukung dengan

hasil uji Breusch-Godfrey (lampiran 8) yang menunjukkan variabel residual lag (Lagres) yang tidak signifikan.

4.4.3. Pengujian Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi dianggap tepat dalam pengujian ini karena analisis regresi tidak hanya menentukan besarnya hubungan tetapi menentukan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta menunjukkan arah dari pengaruh tersebut.

Keputusan diambil dengan melihat nilai signifikansi masing-masing variabel. Apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka hipotesis ditolak, dan sebaliknya apabila nilai signifikansi kurang atau sama dengan 0,05 maka hipotesis tidak dapat ditolak. Hasil lengkap pengujian dengan regresi linier berganda dapat dilihat pada lampiran 6. Ringkasan hasil pengujian tersebut adalah seperti dalam tabel 4.12.

Dari hasil pengujian pada tabel 4.12 diketahui bahwa secara simultan variabel *size* (TK), profitabilitas (EPS), *profile* (PROFILE), ukuran dewan komisaris (KOM) dan *leverage* (LEV) berpengaruh signifikan dengan nilai F-hitung sebesar 9,189 dan tingkat signifikansi 0,000. Tingkat signifikansi ini jauh di bawah batas signifikansi yang ditentukan yaitu sebesar 0,05. Secara khusus hal ini dapat dilihat pada ANOVA. Besarnya pengaruh keseluruhan variabel dalam menentukan pengungkapan tanggung jawab sosial adalah 39% yang ditunjukkan oleh nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,390.

TABEL 4.12

**HASIL PENGUJIAN REGRESI VARIABEL *SIZE*, PROFITABILITAS, *PROFILE*,
UKURAN DEWAN KOMISARIS DAN *LEVERAGE* TERHADAP
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL**

Model Summary						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate		
1	.624	.390	.347	.11465		

a Predictors: (Constant), LEV, EPS, TK, *PROFILE*, KOM
b Dependent Variable: CSD

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.604	5	.121	9.189	.000
	Residual	.946	72	1.315E-02		
	Total	1.550	77			

a Predictors: (Constant), LEV, EPS, TK, *PROFILE*, KOM
b Dependent Variable: CSD

Coefficient						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.593E-02	.036		2.389	.020
	TK	1.570E-05	.000	.361	3.856	.000
	EPS	1.219E-05	.000	.076	.822	.414
	<i>PROFILE</i>	8.810E-02	.027	.311	3.270	.002
	KOM	2.106E-02	.008	.244	2.522	.014
	LEV	1.520E-03	.001	.125	1.352	.181

a Dependent Variable: CSD

Sumber: Data yang diolah.

Dari pengujian tersebut dapat dibuat model pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai berikut:

$$\text{CSD} = 0.0859 + 0.00002\text{TK} + 0.00001\text{EPS} + 0.0881\text{PROFILE} + 0.0211\text{KOM} + 0,0015\text{LEV}$$

4.4.3.1. Pengujian Hipotesis 1 (H_1)

Hipotesis 1 menyatakan bahwa *size* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari tabel 4.12, *size* perusahaan yang diproksi dengan jumlah tenaga kerja (TK) mempunyai nilai t-hitung sebesar 3,856 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi ini berada dibawah 0,05, sehingga hipotesis 1 tidak dapat ditolak.

4.4.3.2. Pengujian Hipotesis 2 (H_2)

Hipotesis 2 menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari tabel 4.12, profitabilitas perusahaan yang diukur dengan *earning per-share* (EPS) mempunyai nilai t-hitung sebesar 0,822 dengan nilai signifikansi sebesar 0,414. Nilai signifikansi ini berada diatas 0,05, sehingga hipotesis 2 dapat ditolak.

4.4.3.3. Pengujian Hipotesis 3 (H_3)

Hipotesis 3 menyatakan bahwa *profile* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari tabel 4.12, dapat dilihat bahwa *profile* perusahaan (*PROFILE*) mempunyai nilai t-hitung sebesar 3,270 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Nilai signifikansi ini berada dibawah 0,05, sehingga hipotesis 3 tidak dapat ditolak.

4.4.3.4. Pengujian Hipotesis 4 (H_4)

Hipotesis 4 menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari tabel 4.12, dapat dilihat bahwa ukuran dewan komisaris (KOM) mempunyai nilai t-hitung sebesar 2,522 dengan nilai signifikansi sebesar 0,014. Nilai signifikansi ini berada dibawah 0,05, sehingga hipotesis 4 tidak dapat ditolak.

4.4.3.5. Pengujian Hipotesis 5 (H_5)

Hipotesis 5 menyatakan bahwa *leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari tabel 4.12, *leverage* perusahaan yang diukur dengan rasio hutang terhadap modal sendiri (LEV) mempunyai nilai t-hitung sebesar 1,352 dengan nilai signifikansi sebesar 0,181. Nilai signifikansi ini berada diatas 0,05, sehingga hipotesis 5 dapat ditolak.

4.5. Pembahasan

Dalam pengujian secara simultan, tingkat pengaruh variabel independen (TK, EPS, *PROFILE*, KOM, LEV) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSD) yang ditemukan cukup rendah yaitu sebesar 39,00% ($R\ Square = 0,390$). Hal ini berarti bahwa secara simultan, *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris dan *leverage* mampu mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial sebesar 39,00%. Sisanya sebesar 61,00% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan. Tingkat $R\ Square$ yang rendah ini menunjukkan perlunya dilakukan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel lain sebagai penduga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Walaupun demikian, apabila dilihat dari signifikansinya, secara simultan

variabel yang digunakan berpengaruh secara signifikan dengan nilai F sebesar 9,189 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Dalam pengujian secara parsial tiga variabel, yaitu *size*, *profile*, dan ukuran dewan komisaris ditemukan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan profitabilitas dan *leverage* mempunyai pengaruh yang tidak signifikan. Pembahasan terhadap masing-masing variabel dalam pengujian secara parsial dibuat secara khusus pada sub-bagian berikut ini.

4.5.1. *Size*

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. Menurut Cowen *et. al.*, (1987), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas. Dari sisi tenaga kerja, dengan semakin banyaknya jumlah tenaga kerja dalam suatu perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja

akan semakin besar. Program berkaitan dengan tenaga kerja yang merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan, akan semakin banyak dilakukan oleh perusahaan. Hal ini berarti program tanggung jawab sosial perusahaan juga semakin banyak dan akan diungkapkan dalam laporan tahunan.

Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diproksi dengan jumlah tenaga kerja. Hasil pengujian menunjukkan pengaruh yang signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai $t = 3,856$ dan nilai signifikansi 0,000. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin banyak jumlah tenaga kerja perusahaan, maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan. Hasil ini sesuai dengan teori agensi dan bagaimanapun, hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya berkaitan dengan pengaruh *size* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial seperti Belkaoui dan Karpik (1989), Adam *et. al.*, (1995, 1998), Hackston dan Milne (1996), Kokubu *et. al.*, (2001), Hasibuan (2001) dan Gray *et. al.*, (2001). Semua penelitian ini, secara umum menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat juga cenderung semakin luas.

4.5.2. Profitabilitas

Secara teoritis, menurut Kokubu *et. al* (2001) terdapat hubungan positif antara kinerja ekonomi suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi dengan premis bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Sebaliknya, seperti dinyatakan oleh Donovan dan Gibson (2000), dari sisi teori legitimasi,

profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal didukung dengan argumentasi bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca "good news" kinerja perusahaan.

Dalam penelitian ini, kinerja ekonomi/profitabilitas yang diproksi dengan pendapatan per lembar saham, menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan nilai $t = 0,822$ dan nilai signifikansi 0,414. Ini berarti bahwa besar kecilnya profitabilitas tidak akan mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil ini mungkin sesuai dengan pendapat Kokubu *et. al.*, (2001), yang menyatakan bahwa *political visibility* perusahaan tergantung pada ukuran (*size*), bukannya pada profitabilitasnya.

Hasil penelitian ini tidak berhasil mendukung teori legitimasi yang menyatakan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Akan tetapi, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Davey (1982), Ng (1985), Cowen *et. al.*, (1987), Patten (1991), Hackston dan Milne (1996) dan Kokubu *et.al.*, (2001) yang menemukan pengaruh profitabilitas yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

4.5.3. Profile

Hubungan sistematis antara *profile* perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah ditemukan dalam penelitian-penelitian terdahulu. Hal ini

dikaitkan dengan variasi dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, sehingga hipotesis umumnya menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki dampak yang besar terhadap lingkungan dan masyarakat akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial. Dikaitkan dengan teori legitimasi, hal ini dilakukan perusahaan untuk melegitimasi kegiatan operasinya dan menurunkan tekanan dari para aktivis sosial dan lingkungan.

Hasil penelitian ini berhasil mendukung teori legitimasi dengan menunjukkan pengaruh yang positif signifikan *profile* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai $t = 3,270$ dan nilai signifikansi 0,002. Ini berarti bahwa perusahaan dengan tipe *high-profile* akan membuat pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas dari perusahaan dengan tipe *low-profile*. Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya seperti Hackston dan Milne (1996), Utomo (2000), Kokubu *et. al.*, (2001), Henny dan Murtanto (2001), Hasibuan (2001) dan Gray *et. al.*, (2001) yang menyatakan bahwa *profile* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

4.5.4. Ukuran Dewan Komisaris

Berdasarkan teori agensi, dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi, yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dikaitkan dengan pengungkapan informasi oleh perusahaan, kebanyakan penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara berbagai karakteristik dewan komisaris dengan tingkat pengungkapan informasi oleh perusahaan.

Dalam penelitian ini ukuran dewan komisaris yang diproksi dengan jumlah anggota dewan komisaris, menunjukkan pengaruh yang positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai $t = 2,522$ dan nilai signifikans 0,014. Hal ini berarti bahwa semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan akan semakin luas.

Hasil penelitian ini berhasil mendukung teori agensi dan sesuai dengan pendapat Coller dan Gregory (1999) yang 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. Hasil ini juga berhasil mendukung hasil penelitian Arifin (2002) yang menemukan bahwa dewan komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan sukarela yang dibuat perusahaan di Indonesia.

4.5.5. Leverage

Ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya tercermin dalam tingkat *leverage*. *Leverage* ini juga dengan demikian mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan. Berdasarkan teori agensi, tingkat *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*.

Dalam penelitian ini, *leverage* yang diproksi dengan rasio hutang terhadap modal sendiri menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai $t = 1,352$ dan nilai signifikansi $0,181$. Hal ini berarti bahwa tinggi rendahnya tingkat *leverage* perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian hasil ini tidak berhasil mendukung teori agensi dan mungkin sesuai dengan pendapat Kokubu *et.al.*, (2001) dalam penelitiannya di Jepang, yang menyatakan bahwa perusahaan Jepang secara tradisional mempunyai hubungan yang baik dengan bank, walaupun mempunyai suatu derajat ketergantungan yang tinggi pada hutang.

Di Indonesia, derajat ketergantungan yang tinggi dari perusahaan terhadap hutang juga terjadi. Hal ini tercermin dengan deskripsi sebelumnya yang menunjukkan bahwa 50% (39 perusahaan) sampel mempunyai rasio hutang terhadap modal sendiri lebih dari satu. Ini dapat diinterpretasikan bahwa 50% perusahaan di Indonesia mempunyai hutang yang lebih besar dari modalnya sendiri. Bahkan 7,69% (6 perusahaan) mengalami defisiensi modal, dimana jumlah hutang perusahaan melebihi nilai assetnya. Tanpa hubungan yang baik dengan para *debtholders*, maka berdasarkan teori agensi, hal ini akan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian ini tidak berhasil mendukung teori agensi, tetapi hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Suda dan Kokubu (1994), dan Kokubu *et. al.* (2001).

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN KETERBATASAN

5.1. Kesimpulan

Adanya kontradiksi antara teori dengan berbagai temuan empiris mengenai faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan motivasi dilakukannya penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *size* perusahaan, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris dan tingkat *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian ini menemukan bahwa *size* perusahaan, *profile* dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan dukungan terhadap teori agensi dan teori legitimasi seperti yang dipaparkan Cowen *et. al.*, (1987) yang menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar akan melakukan lebih banyak aktivitas, memberikan dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, mempunyai lebih banyak pemegang saham yang boleh jadi terkait dengan program sosial perusahaan, dan laporan tahunan akan menjadi alat yang efisien untuk menyebarkan informasi ini. Berkaitan dengan dewan komisaris, Collier dan Gregory (1999) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan manajemen dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Hal ini berarti bahwa tekanan terhadap manajemen untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan juga semakin besar.

Disisi lain, penelitian ini tidak berhasil mendukung teori legitimasi dalam pengaruh negatif profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Akan tetapi, hal ini mungkin sesuai dengan pendapat Kokubu *et. al.*, yang menyatakan bahwa *political visibility* perusahaan tergantung pada ukuran (*size*), bukannya pada profitabilitasnya dan pendapat Gray *et.al.*, (1995a) yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan kelihatannya tidak berhubungan dengan profitabilitas dalam periode yang sama, tetapi mungkin berhubungan dengan laba periode yang lalu (*lagged profit*).

Untuk pengaruh negatif tingkat *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial juga penelitian ini tidak berhasil mendukung teori agensi. Akan tetapi, dilihat dari karakteristik data, hal ini mungkin sesuai dengan Kokubu *et.al.*, (2001), yang mengaitkan hal ini dengan hubungan yang baik antara perusahaan dengan *debtholders*, walaupun mempunyai suatu derajat ketergantungan yang tinggi pada hutang.

5.2. Implikasi

5.2.1. Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis sebagai agenda penelitian akan datang dari temuan penelitian ini yaitu tingkat *R square* yang rendah ($R\ Square = 0,390$) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang jauh lebih besar terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian penelitian mendatang dapat menambahkan atau menggunakan variabel lain seperti rasio intensitas modal, umur perusahaan, sikap eksekutif senior, keberadaan komite tanggung jawab sosial, reiko sistematis dan lain-lain, untuk menemukan suatu model standar pendugaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Disamping itu, penelitian yang akan datang jika mungkin dapat menggunakan pengamatan *longitudinal* untuk menentukan dengan lebih akurat praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Demikian juga dengan item-item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan hendaknya senantiasa diperbaharui sesuai dengan kondisi yang ada di masyarakat. Hal ini mungkin dapat dilakukan dengan melibatkan para aktivis sosial serta pihak berwenang terkait dengan masalah sosial.

5.2.2. Implikasi Praktek

Implikasi praktek yang dapat disumbangkan penelitian ini yaitu bahwa di era keterbukaan informasi saat ini, tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang rendah mungkin akan berpengaruh terhadap kinerja pasar modal. Hal ini diakibatkan oleh karena masyarakat sebagai calon investor akan semakin sensitif terhadap masalah-masalah sosial. Oleh karena itu, Badan Pengawas Pasar Modal (Bapepam) perlu memikirkan suatu aturan tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan untuk mengatasi asimetri informasi tersebut. Aturan pengungkapan tersebut dibuat sesuai dengan dampak sektor industri perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Dengan adanya aturan tentang item pengungkapan tanggung jawab sosial yang harus dibuat oleh perusahaan sesuai dengan sektor industrinya, maka pengungkapan tersebut menjadi suatu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*). Dengan demikian diharapkan perusahaan akan lebih memperhatikan tanggung jawabnya terhadap masyarakat dan lingkungan.

5.3. Keterbatasan

Keterbatasan penelitian ini terletak periode penelitian yang hanya menggunakan satu tahun pengamatan sehingga memungkinkan praktek pengungkapan tanggung jawab

sosial perusahaan yang diamati kurang menggambarkan kondisi yang sebenarnya. Periode penelitian yang lebih panjang akan memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk memperoleh hasil yang lebih mendekati kondisi sebenarnya.

Keterbatasan lainnya adalah tingkat *R Square* yang rendah menunjukkan bahwa variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini masih belum konkrit membuktikan argumen-argumen teoritis yang telah dipaparkan pada telaah teoritis sehingga penelitian di masa akan datang sangat dibutuhkan dengan memperbaiki segala keterbatasan penelitian baik yang telah maupun belum diungkapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, C.A., W.Y. Hill, and C.B. Roberts, (1998), "Corporate Social Reporting Practices in Western Europe", *British Accounting Review*, Vol. 30 No. 1 pp 1-21.
- Arifin Sabeni (2002), "An Empirical Analysis of The Relation Between The Board of Director's Composition an the level of Voluntary Disclosure", *Proceedings For The Fifth Indonesian Conference On Accounting*, No. 5 pp. 46-57
- Beasley, Mark S, (2001), "Relationships Between Board Characteristics and Voluntary Improvement in Audit Committee Composition and Experience", *Contemporary Accounting Research*, Winter, Vol. 18 No. 4 pp 545-570
- _____ (1996), "An Empirical Analysis of the Relation Between the Board of Director Composition and Financial Statement Fraud", *The Accounting Review*, Vol. 71 No. 4 pp 443-465
- Belkaoui, A. and Karpik, P.G. (1989), "Determinants Of The Corporate Decision To Disclose Social Information", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 2 No. 1, pp. 36-51.
- Coller, P., and A. Gregory, (1999), "Audit Committee Activity and Agency Costs", *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol 18 (4-5) pp 311-332
- Cormier, D. and Magnan, M. (1999) "Corporate Environmental Disclosure Strategies: Determinants, Costs and Benefit", *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, Vol. 14, No.4, pp.429-451
- Cowen, S.S., Ferreri, L.B. and Parker, L.D. (1987), "The Impact Of Corporate Characteristics On Social Responsibility Disclosure: A Typology And Frequency-Based Analysis", *Accounting, Organisations and Society*, Vol. 12 No. 2, pp. 111-22.
- Donovan, Gary and Kathy Gibson, (2000). Environmental Disclosure in the Corporate Annual Report: A Longitudinal Australian Study. *Paper for Presentation in the 6th Interdisciplinary Environmental Association Conference*, Montreal, Canada.
- Freedman, M. and Jaggi. M. (1988), "An analysis of the association between pollution disclosure and economic performance", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 1 No. 2, pp. 43-58.
- Imam Ghozali. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 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.

- _____, Dey, C., Owen, D., Evans, R. & Zadek, S., (1997). "Struggling with the Praxis of Social Accounting: Stakeholders, Accountability, Audits and Procedures", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 10, No. 3, pp. 325-364.
- _____, Kouhy, R. and Lavers, S. (1995a), "Corporate Social And Environmental Reporting: A Review Of The Literature And A Longitudinal Study Of Uk Disclosure", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 8 No. 2, pp. 47-77.
- _____, (1995b), "Methodological Themes: Constructing A Research Database Of Social And Environmental Reporting By Uk Companies", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 8 No. 2, pp. 78-101.
- _____, Owen, D. and Maunders, K. (1988), "Corporate Social Reporting: Emerging Trends In Accountability And The Social Contract", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 1 No. 1, pp. 6-20.
- _____. (1987), *Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability*, Prentice-Hall, London.
- Gujarati, Damodar, (1995). *Basic Econometrics*. 3rd ed. International Edition. McGraw-Hill.
- Guthrie, J. and Parker, L.D. (1990), "Corporate Social Disclosure Practice: A Comparative International Analysis", *Advances in Public Interest Accounting*, Vol. 3, pp. 159-175.
- Hackston, David and Milne, Marcus J., (1996). "Some Determinants Of Social And Environmental Disclosures In New Zealand Companies", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 9, No. 1, pp. 77-108
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate Analysis*. 5th ed. Prentice Hall International, Inc.
- Henny dan Murtanto., (2001). "Analisis Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan", *Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi*, Vol. 1, no. 2, hal. 21-48
- Harahap, Sofyan Safri., (1993). *Teori Akuntansi*. Edisi Kesatu, Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa.
- Hasibuan, Rizal (2001). "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial" *Tesis*, Universitas Diponegoro, Semarang
- Holthousen, Robert W., (1995). "Discussion of Estimation and Market Valuation of Environmental Liabilities Relating to Superfund Sites", *Journal of Accounting Research*, vol 32, Supplement 1994, pp 211-219
- Kumalahadi, (2000). "Perspektif Pragmatik Lingkungan dan Sosial dalam Laporan Keuangan: Peningkatan Kegunaan dan Pertanggungjawaban". *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, Vol. 4, hal. 51-66

- Mathews, M.R.,(1997). "Twenty-Five Years Of Social And Environmental Accounting Research: Is There A Silver Jubilee To Celebrate?", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 10, No. 4, pp. 487-531
- _____, (1995). "Social and Environmental Accounting: A Practical Demonstration of Ethical Concern", *Journal of Business Ethics*, Vol. 14, pp 663-671
- Patten, D.M. (1992), "Intra-industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: a note on legitimacy theory", *Accounting, Organisations and Society*, Vol. 17 No. 5, pp. 471-5.
- _____, (1991), "Exposure, Legitimacy, And Social Disclosure", *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol. 10, pp. 297-308.
- Roberts, R.W. (1992), "Determinants Of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application Of Stakeholder Theory", *Accounting, Organisations and Society*, Vol. 17 No. 6, pp. 595-612.
- Sekaran, Uma. (2000). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, Third Edition, New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Shahed Imam, (2000), Corporate Social Performance Reporting in Bangladesh, *Managerial Auditing Journal*, Vol. 15 No.3, pp 133-141
- Siegel, G., dan H.R. Marconi, (1989), *Behavioral Accounting*, Ohio: South Western Publishing Co.
- Utomo, (2000). "Praktek Pengungkapan Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia" ., *Proceedings Simposium Nasional Akuntansi 3*, hal. 99-122