

**PENGARUH *CORPORATE GOVERNANCE*, PROFITABILITAS,
LEVERAGE, *SIZE* DAN TIPE INDUSTRI PERUSAHAAN
TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNGJAWAB
SOSIAL PADA LAPORAN KEUANGAN
TAHUNAN PERUSAHAAN LQ-45**

*THE INFLUENCE OF CORPORATE GOVERNANCE, PROFITABILITY,
LEVERAGE, SIZE, AND INDUSTRY TYPE ON THE DISCLOSURE
OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF COMPANY'S
ANNUAL FINANCIAL REPORT LQ-45*

HAJRAH HAMZAH



**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2012**

**PENGARUH *CORPORATE GOVERNANCE*, PROFITABILITAS,
LEVERAGE, *SIZE* DAN TIPE INDUSTRI PERUSAHAAN
TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNGJAWAB
SOSIAL PADA LAPORAN KEUANGAN
TAHUNAN PERUSAHAAN LQ-45**

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi
Akuntansi

Disusun dan diajukan oleh

HAJRAH HAMZAH

kepada

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2012**

T E S I S

**PENGARUH *CORPORATE GOVERNANCE*, PROFITABILITAS,
LEVERAGE, *SIZE* DAN TIPE INDUSTRI PERUSAHAAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL PADA
LAPORAN KEUANGAN TAHUNAN
PERUSAHAAN LQ-45**

Disusun dan diajukan oleh

HAJRAH HAMZAH

Nomor Pokok P3400209014

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis
Pada tanggal 2 Mei 2012
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui
Komisi Penasehat,

Dr. H. Abd. Hamid Habbe, SE, M.Si Dr. R.A. Damayanti, SE, M.Soc, Sc, Ak

Ketua

Anggota

Ketua Program Studi
Magister Akuntansi

Direktur Program Pascasarjana
Universitas Hasanuddin

Prof. Dr. Gagaring Pagalung, SE., M.S., Ak

Prof. Dr. Ir. Mursalim

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hajrah Hamzah
Nomor Mahasiswa : P3400209014
Program Studi : Magister Sains Akuntansi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar,
Yang menyatakan

Hajrah Hamzah

PRAKATA



Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya serta sholawat dan salam semoga tetap tercurah kepada Junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. Peneliti dapat menyelesaikan tesis yang berjudul: "Pengaruh *Corporate Governance*, Profitabilitas, *Leverage*, Size, dan Tipe Industri Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial pada Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan LQ-45".

Penyusunan tesis ini merupakan salah satu persyaratan mencapai gelar Magister pada program studi Akuntansi Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Makassar. Tesis ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dan bimbingan berbagai pihak, untuk itu peneliti mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof.Dr. Muhammad Ali, S.E, MS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin.
2. Bapak Dr. H. Abd. Hamid Habbe, S.E, M.Si, selaku Ketua Komisi Penasehat yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan peneliti mulai penyusunan proposal hingga penyelesaian tesis.

3. Ibu Dr. Ratna Ayu Damayanti, S.E, M.Soc, Sc, Ak selaku Anggota Komisi Penasehat yang memberikan arahan, nasihat, saran, bimbingan dan selalu membuka cara pandang baru terhadap peneliti dalam menciptakan suatu karya tulis.
4. Bapak dan Ibu Dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin yang memberikan ilmu dan pengetahuan kepada peneliti selama menjadi mahasiswa, serta Bapak/Ibu Pegawai yang banyak membantu peneliti selama menempuh kuliah hingga penyelesaian tesis.
5. Ayah dan bunda tercinta, H. Hamzah dan Hj. Barliang (alm) yang menaruh harapan besar kepada peneliti sehingga peneliti mempunyai kesadaran dan semangat yang besar untuk menyelesaikan tesis ini, dan doa kalian yang tiada akhir untuk keberhasilan peneliti.
6. Saudara-saudaraku (Nadirah, Udat Madinah, Fatmah, Hariati, Iqbal). Terima kasih atas doa, dukungan, dan motivasinya.
7. Sahabat dan teman-temanku Vemy, Yaya, Nuning, Lucy, Irma, Pak Paulus, Robert, Kak Hera, Kak Lena, Pak Sugi dan seluruh rekan kuliah Program Magister Sains Akuntansi Universitas Hasanuddin Angkatan 2009 yang kuliah di ruang 102, atas segala dukungan, bantuan dan sarannya sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati semoga Allah SWT senantiasa memberikan pahalanya kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya tesis ini. Tesis ini masih jauh dari sempurna,

untuk itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun, dan semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi peneliti pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Makassar, Februari 2012

Peneliti

ABSTRAK

HAJRAH HAMZAH. *Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas, Leverage, Size, dan Tipe Industri Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial pada Laporan Keuangan Tahunan perusahaan LQ-45* (dibimbing oleh Abdul Hamid Habbe dan Ratna Ayu Damayanti).

Penelitian ini bertujuan mengetahui (1) pengaruh *corporate governance* (kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris), profitabilitas, *leverage*, ukuran (*size*), dan tipe industri secara parsial terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial pada perusahaan LQ-45, (2) pengaruh kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, *leverage*, ukuran (*size*), dan tipe industri secara simultan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial pada perusahaan LQ-45.

Pengumpulan data menggunakan teknik *purposive sampling* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2007 sampai dengan 2009. Data penelitian diperoleh dari www.idx.co.id. Sebanyak 36 perusahaan digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kepemilikan manajemen, profitabilitas, *size*, dan tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial pada perusahaan LQ-45, (2) *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial pada perusahaan LQ-45, (3) ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial pada perusahaan LQ-45, (4) *corporate governance* (kepemilikan manajemen dan ukuran dewan komisaris), profitabilitas, *leverage*, *size*, dan tipe industri secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial pada perusahaan LQ-45.

ABSTRACT

HAJRAH HAMZAH. *The Influence of Corporate Governance, Profitability, Leverage, Size, and Industry Type on the Disclosure of Social Responsibility of Company's Annual Financial Report LQ-45* (supervised by Abdul Hamid Habbe and Ratna Ayu Damayanti).

The aims of the research are to find out (1) whether corporate governance (management ownership and board size), profitability, leverage, size, and industry type partially have influence on the disclosure of social responsibility of company's LQ-45, (2) whether management ownership, board size, profitability, leverage, size, and industry type simultaneously have influence on the disclosure of social responsibility of company's LQ-45.

The research was conducted in the companies listed in Indonesia Stock Exchange from 2007 to 2009. The sample was selected by using purposive sampling method consisting of 36 companies. The data were obtained from www.idx.co.id. They were analyzed by using multiple linear regression.

The results of the research indicate that (1) management ownership, probability, size, and industry type have a positive influence on the disclosure of social responsibility of company's LQ-45, (2) leverage has a negative influence on the disclosure of social responsibility of company's LQ-45, (3) board size does not have an influence on the disclosure of social responsibility of company's LQ-45, (4) corporate governance (management ownership and board size), profitability, leverage, size, and industry type simultaneously have an influence on the disclosure of social responsibility of company's LQ-45.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN TESIS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PRAKATA	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori	13
1. Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan dalam Pandangan Teori <i>Stakeholder</i>	13
2. Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan dalam Pandangan Teori Legitimasi	16

3. Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan	18
4. Pengaruh <i>Corporate Governance</i> terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan	21
a. Kepemilikan Manajemen	22
b. Ukuran Dewan Komisaris	24
5. <i>Profitabilitas</i>	27
6. <i>Leverage</i>	29
7. Ukuran (<i>size</i>) perusahaan	31
8. Tipe Industri	34
a. Tipe Industri <i>High</i>	34
b. Tipe Industri <i>Low</i>	36
B. Penelitian Terdahulu	36
C. Model Penelitian	40
D. Hipotesis Penelitian	41
BAB III. METODE PENELITIAN	54
A. Rancangan Penelitian	54
B. Objek Penelitian	54
C. Pemilihan Populasi dan Jenis Data	55
D. Teknik Pengumpulan Data	56
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	57
1. Variabel Dependen	57
2. Variabel Independen	58
F. Teknik Analisis	62

1. Analisis Deskriptif	63
2. Analisis Statistik	63
a. Uji Asumsi Klasik	63
b. Uji Hipotesis	65
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
A. Deskripsi Populasi dan Sampel	68
B. Statistik Deskriptif	68
C. Uji Asumsi Klasik	71
D. Hasil Analisis Regresi	74
E. Pembahasan	82
BAB V. PENUTUP	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	107

DAFTAR TABEL

No.	Halaman
4.1. Sampel penelitian	68
4.2. Statistik deskriptif variabel penelitian	69
4.3. Hasil pengujian multikolonieritas	73
4.4. Koefisien determinasi	75
4.5. Hasil pengujian simultan (Uji F)	76
4.6. Hasil uji t	77
4.7. Hasil statistik uji beda t-test	81

DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
2.1. Pengaruh <i>corporate governance</i> , profitabilitas, <i>leverage</i> , <i>size</i> dan tipe industri terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan LQ-45	40
4.2. Uji normalitas	71
4.3. Hasil pengujian normalitas	72
4.4. Uji heterokedastisitas	74

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Halaman
1. Sampel penelitian	107
2. Item pengungkapan tanggungjawab sosial	108
3. Data penelitian	111
4. Uji asumsi klasik dan hasil regresi	114

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Akuntansi lingkungan telah muncul sebagai dimensi penting dari akuntansi perusahaan dan praktik pelaporan. Di banyak negara, pengungkapan informasi lingkungan telah wajib dibuat. Perusahaan, di seluruh dunia juga sudah mulai melaporkan tentang masalah tersebut secara sukarela. Dalam beberapa tahun terakhir, lingkungan manajemen telah mendapat perhatian para investor, kreditor, karyawan, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya di sektor korporasi. Meskipun banyak penelitian mengenai praktek pengungkapan lingkungan perusahaan di seluruh dunia, hanya beberapa telah membahas masalah yang berhubungan dengan akuntansi lingkungan (Bansal dan Pahuja, 2005).

Corporate social responsibility (CSR) merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggungjawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangan (*financial*) saja. Tetapi, tanggungjawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Daniri, 2008). Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Hampir semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sudah mengungkapkan informasi

mengenai CSR dalam laporan tahunannya dengan kadar yang beragam (Sayekti dan Wondabio, 2007).

Keinginan memajukan pasar modal di Indonesia tentu tidak lepas dari peranan Bursa Efek Indonesia. Beberapa langkah diambil untuk dapat menciptakan dan memudahkan para investor berperan di pasar modal. Salah satunya, memperkenalkan suatu indeks baru yang diberi nama LQ-45. Tujuannya adalah sebagai alat pemenuhan kebutuhan akan sebuah *benchmark* yang dianggap dapat mewakili kondisi bursa. Saham yang masuk dalam perhitungan indeks LQ-45 adalah saham yang dipilih berdasarkan nilai kapitalisasi pasar dan berdasarkan tingkat likuiditasnya. Munculnya LQ-45 dianggap tepat karena indeks ini sangat mendukung gambaran likuiditas pasar sehingga para pelaku bursa, terutama *fund managers*, memperoleh pedoman tambahan untuk memutuskan pilihan investasinya. Dengan adanya Indeks LQ-45, diharapkan dapat memberikan tambahan informasi yang lebih bermanfaat, serta mengenali kinerja perusahaan berdasarkan ketentuan indeks tersebut.

Saham pada kelompok LQ-45, tergolong saham pilihan yang baik. Namun demikian, keputusan berinvestasi tidak hanya memenuhi kriteria baik, tetapi juga benar. Keputusan investasi pada LQ-45 baik dan benar, ketika pasar berada pada kondisi yang baik.

Corporate Social Responsibility (CSR) bukan lagi hal yang tabu di kalangan perusahaan yang telah *go public*. Hal ini sejalan dengan

pemberlakukan UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan UU No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang mengubah CSR dari *voluntary disclosure* menjadi *mandatory disclosure*. Dengan demikian, perusahaan yang telah *go public* terdaftar sebagai LQ 45 telah mengungkapkan CSR.

Konsep CSR pada umumnya menyatakan bahwa tanggungjawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholder* yang terkait dan/atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Perusahaan yang menjalankan aktivitas CSR akan memperhatikan dampak operasional perusahaan terhadap kondisi sosial dan lingkungan dan berupaya agar dampaknya positif.

Tumbuhnya kesadaran publik akan peran akuntansi di tengah masyarakat melahirkan kritik dan kekhawatiran 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 tanggungjawab sosial atas dampak aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat (Gray dkk., 1987).

Cooke (1993) menyatakan bahwa ukuran (*size*) perusahaan dan status perusahaan mempengaruhi luas ungkapan wajib dan sukarela pada perusahaan publik yang terdaftar di bursa efek Jepang. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa kelompok industri manufaktur

mengungkap informasi mengenai pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) lebih banyak dibanding kelompok non manufaktur.

Kiroyan (2006) menyatakan bahwa dengan mengungkapkan tanggungjawab sosial, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang mengungkapkan tanggungjawab sosial diharapkan akan direspon positif oleh para pelaku pasar.

Belkaoui dan Karpik (1989) menemukan hasil (1) pengungkapan tanggungjawab sosial mempunyai pengaruh yang positif dengan kinerja sosial perusahaan yang berarti bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkan informasi sosial, (2) ada pengaruh positif antara pengungkapan tanggungjawab sosial dengan visibilitas politis, di mana perusahaan besar yang cenderung diawasi akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial dibandingkan perusahaan kecil, (3) ada pengaruh negatif antara pengungkapan tanggungjawab sosial dengan tingkat *financial leverage*, hal ini berarti semakin tinggi rasio hutang/modal semakin rendah pengungkapan tanggungjawab sosialnya. Beberapa penelitian menemukan bahwa tingkat *leverage* juga berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan informasi *corporate social responsibility* (CSR), meskipun hasilnya beragam. Sembiring (2003), Sayekti dan Wondabio (2007) menemukan pengaruh yang negatif. Sementara, Haniffa dan Cooke (2005), Sembiring (2005) tidak

menemukan pengaruh tingkat *leverage* terhadap pengungkapan CSR. *Leverage* mencerminkan tingkat risiko keuangan perusahaan.

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial di Indonesia memunculkan hasil yang beragam. Sembiring (2003) menghasilkan temuan bahwa profitabilitas tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. 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 informasi yang baik mengenai kinerja perusahaan. Dalam penelitian Sembiring (2005), profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Ini berarti bahwa semakin tinggi profitabilitas maka pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan akan semakin rendah.

Secara teoretis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan. 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 tanggungjawab sosial perusahaan akan semakin luas. Dalam penelitian Sembiring (2005), ukuran (*size*) perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dengan interpretasi bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka

semakin besar pengungkapan tanggungjawab sosial yang dibuat perusahaan.

Dalam penelitian Sembiring (2003) menunjukkan variabel *leverage* yang diproksi dengan rasio hutang terhadap modal sendiri berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Manajemen akan berusaha untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial perusahaan seminimal mungkin untuk menghindari tekanan dari para *debtholders*, dan para *debtholders* memang punya kemungkinan menekan manajemen apabila terlalu banyak berkecukupan dengan aktivitas sosial, karena para *debtholders* berharap kepentingannya didahulukan daripada aktivitas sosial.

Variabel lainnya (ukuran dewan komisaris dan tipe industri) berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Dalam penelitian Sembiring (2005), ukuran dewan komisaris yang diproksi dengan jumlah anggota dewan komisaris, menunjukkan pengaruh yang positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Tujuan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari *stakeholders* dengan mengungkapkan tanggungjawab sosial akan dapat diperoleh karena keberadaan dewan komisaris akan memberikan pengendalian dan pengawasan. Sementara, hubungan antara tipe industri perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan berarti 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 Sembiring (2005) berhasil mendukung teori legitimasi dengan menunjukkan tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Ini berarti bahwa perusahaan dengan tipe industri *high* akan membuat pengungkapan tanggungjawab sosial yang lebih luas dari perusahaan dengan tipe industri tipe industri *low*. Hackston dan Milne (1996) menemukan pengaruh tipe industri terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

Anggraini (2006) dalam penelitiannya menunjukkan hasil yang berbeda. Variabel prosentase kepemilikan manajemen dan tipe industri terbukti mempunyai berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Semakin besar kepemilikan manajemen di dalam perusahaan, manajemen perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial. Hal ini mendukung teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk disediakan informasi tentang bagaimana aktivitas organisasi mempengaruhi mereka, bahkan ketika mereka memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut. Selain itu tipe industri juga berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial. Hal ini berarti bahwa tipe industri *high* yaitu industri yang memiliki visibilitas konsumen dan menghadapi persaingan yang tinggi akan cenderung mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak

dibandingkan tipe industri *low*. Penelitian ini tidak berhasil membuktikan pengaruh profitabilitas dan *size* perusahaan terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial oleh perusahaan. Temuan ini sejalan dengan hasil yang diperoleh Hackston dan Milne (1996) yang tidak berhasil menemukan pengaruh profitabilitas dengan pengungkapan informasi sosial.

Hasil penelitian Sembiring (2003 dan 2005) dan Anggraini (2006) di atas berbeda dengan hasil penelitian-penelitian sebelumnya. Roberts (1992) dan Gray dkk. (1997) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan sosial. Hossain dkk. (2006) juga menemukan bahwa profitabilitas (dengan proksi *net profit margin*) dan faktor tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur dengan profitabilitas yang lebih tinggi cenderung untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan.

Kokubu dkk. (2002) menemukan bahwa terdapat pengaruh positif antara profitabilitas suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial. Perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan tanggungjawab sosial yang lebih besar. Profitabilitas memberikan keyakinan kepada perusahaan untuk melakukan pengungkapan sukarela. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi memotivasi manajemen untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial yang lebih besar.

Penelitian tentang pengungkapan tanggungjawab sosial juga dikaitkan dengan *corporate governance*. *Corporate governance* pada dasarnya menyangkut masalah pengendalian perilaku para eksekutif puncak perusahaan untuk melindungi kepentingan pemilik perusahaan (pemegang saham). Masalah ini muncul karena adanya pemisahan antara kepemilikan dan pengelola perusahaan. Pemilik sebagai pemasok modal perusahaan mendelegasikan kewenangan atas pengelolaan perusahaan kepada *professional managers*. Akibatnya, kewenangan untuk menggunakan *resources* perusahaan sepenuhnya ada di tangan para eksekutif. Pemegang saham mengharapkan manajemen bertindak secara profesional dalam mengelola perusahaan. Setiap keputusan yang diambil seharusnya didasarkan pada kepentingan pemegang saham dan *resources* yang ada digunakan semata-mata untuk kepentingan pertumbuhan (nilai) perusahaan (Jensen dan Meckling, 1976). Dalam penelitian ini semakin tinggi kepemilikan manajemen diharapkan pihak manajemen akan berusaha semaksimal mungkin untuk kepentingan para pemegang saham. Hal ini disebabkan oleh pihak manajemen juga akan memperoleh keuntungan bila perusahaan memperoleh laba.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Sembiring (2005), yaitu Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. Perbedaan dari penelitian Sembiring adalah penelitian tersebut menggunakan variabel *size*, tipe industri, ukuran dewan komisaris, dan

leverage perusahaan serta populasinya menggunakan data dari perusahaan yang terdaftar di BEJ tahun 2002. Populasi penelitian ini menggunakan data LQ-45 tahun 2007-2009. Penelitian ini juga menambah variabel kepemilikan manajemen dengan mengacu pada Rawi dan Muchlish (2010).

B. Rumusan Masalah

Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Istilah CSR mencakup berbagai isu seputar interaksi perusahaan dengan masyarakat. Namun pemahaman tentang CSR di Indonesia belumlah merata di mana pelaporan dan pengungkapannya masih relatif sedikit. Penelitian-penelitian tentang pengungkapan sosial atau tanggungjawab sosial juga menunjukkan hasil yang beragam dan menarik untuk dikaji ulang.

Penelitian ini mengangkat masalah hubungan antara *corporate governance* (kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris), profitabilitas, *leverage*, ukuran (*size*), dan tipe industri perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Sehingga, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah terdapat pengaruh kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, *leverage*, *size*, dan tipe industri perusahaan terhadap pengungkapan

tanggungjawab sosial pada laporan keuangan tahunan perusahaan LQ-45?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris:

1. Pengaruh kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial pada perusahaan LQ-45.
2. Pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial pada perusahaan LQ-45.
3. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial terhadap perusahaan LQ-45.
4. Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial terhadap perusahaan LQ-45.
5. Pengaruh ukuran (*size*) perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial pada perusahaan LQ-45.
6. Pengaruh tipe industri perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial terhadap perusahaan LQ-45.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini meliputi:

1. Manfaat praktis. Bagi perusahaan yang menjalankan tanggungjawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan luas dari

masyarakat yang telah merasakan manfaat dari berbagai aktifitas yang dijalankannya. Pengungkapan tanggungjawab sosial akan meningkatkan citra perusahaan. Ketika ada pihak-pihak tertentu yang menuduh perusahaan melakukan perilaku serta menjalankan praktek-praktek yang tidak pantas, masyarakat sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan, akan menunjukan pembelaanya. Karyawan pun akan berdiri dibelakang perusahaan, membela tempat industri mereka bekerja. Sedangkan, bagi investor, penelitian ini memberikan gambaran mengenai pengaruh *corporate governance*, profitabilitas, *leverage*, *size*, dan tipe industri perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial sebagai pertimbangan dalam keputusan investasi.

2. Manfaat teoretis. Penelitian ini diharapkan memberikan tambahan literatur mengenai pengungkapan tanggungjawab sosial, kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, *leverage*, *size*, dan tipe industri perusahaan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan dalam Pandangan Teori *Stakeholder*

Stakeholder merupakan pihak-pihak yang berkepentingan pada perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan. Organisasi memiliki banyak *stakeholder* seperti karyawan, masyarakat, negara, supplier, pasar modal, pesaing, badan industri, pemerintah asing dan lain-lain (Gray., dkk, 2001). *Stakeholder* adalah sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengakui sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis. *Stakeholder* dan organisasi saling mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk responsibilitas dan akuntabilitas. Oleh karena itu organisasi memiliki akuntabilitas terhadap *stakeholdernya*. Sifat dari akuntabilitas itu ditentukan dengan hubungan antara *stakeholder* dan organisasi.

Menurut Chariri (2008), perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (*shareholders*, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian,

keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

Kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerful stakeholder*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya* (Chariri, 2008). Robert (1992) menyatakan bahwa pengungkapan sosial perusahaan merupakan sarana yang sukses bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungan dengan *stakeholdernya*.

Manajemen organisasi diharapkan untuk melakukan aktivitas yang dianggap penting oleh *stakeholder* mereka dan melaporkan kembali aktivitas-aktivitas tersebut pada *stakeholder*. Teori ini menyatakan bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk disediakan informasi tentang bagaimana aktivitas organisasi mempengaruhi mereka, bahkan ketika mereka memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut. Teori *stakeholder* menekankan akuntabilitas organisasi jauh melebihi kinerja keuangan atau ekonomi sederhana. Teori ini juga menyatakan bahwa organisasi akan memilih secara sukarela mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial dan intelektual organisasi (Deegan, 2002).

Teori *stakeholder* memiliki bidang etika (moral) dan manajemen. Bidang etika berpendapat bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk diperlakukan secara adil oleh organisasi, dan manajemen harus mengelola organisasi untuk keuntungan seluruh *stakeholder* (Deegan, 2002). Bidang manajemen beranggapan bahwa kekuatan *stakeholder* untuk mempengaruhi manajemen korporasi harus dipandang sebagai fungsi dari tingkat pengendalian *stakeholder* atas sumberdaya yang dibutuhkan organisasi (Watts and Zimmerman, 1986). Semakin penting sumberdaya *stakeholder* untuk kelangsungan, keberhasilan dan kemampuan organisasi, semakin tinggi harapan terpenuhinya permintaan *stakeholder*. Oleh karena itu, teori *stakeholder* memperkirakan bahwa manajemen cenderung fokus pada ekspektasi *stakeholder* yang berkuasa (Deegan, 2002).

Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen mengerti lingkungan *stakeholder* mereka dan melakukan pengelolaan lebih efektif di antara keberadaan hubungan-hubungan di lingkungan perusahaan mereka. Namun, tujuan lebih jauh teori *stakeholder* adalah untuk menolong manajemen dalam meningkatkan nilai dari dampak aktifitas-aktifitas mereka, dan meminimalkan kerugian-kerugian bagi *stakeholder*. Inti keseluruhan teori *stakeholder* terletak pada apa yang akan terjadi ketika perusahaan dan *stakeholder* menjalankan hubungan mereka. Teori ini dapat diuji dengan berbagai cara dengan menggunakan *content analysis* atas laporan keuangan perusahaan.

Laporan keuangan merupakan cara yang paling efisien bagi organisasi untuk berkomunikasi dengan kelompok *stakeholder* (Guthrie dan Ward, 2006).

2. Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan dalam Pandangan Teori Legitimasi

Akuntansi pertanggungjawaban sosial telah menghasilkan sejumlah teori mengenai motivasi perusahaan untuk melaporkan atau mengungkapkan informasi tentang kegiatan tanggungjawab sosial mereka. Salah satunya teori legitimasi.

Teori Legitimasi mengatakan bahwa organisasi secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat di mana mereka berada. Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995). Untuk mencapai tujuan ini, organisasi berusaha mengembangkan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang dihubungkan atau diimplikasikan dengan kegiatannya dan norma-norma dari perilaku yang diterima dalam sistem sosial yang lebih besar di mana organisasi itu berada serta menjadi bagiannya.

Menurut Lindblom (1994), ada empat strategi komunikasi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mempertahankan legitimasi:

- 1) Mengubah outputnya, metode atau tujuan agar sesuai dengan harapan dari masyarakat yang relevan dan kemudian mereka menginformasikan perubahan ini kepada kelompok masyarakat tersebut.
- 2) Tidak mengubah output, metode ataupun tujuan, tapi mendemonstrasikan kesesuaian dari output, metode dan tujuan melalui pendidikan dan informasi.
- 3) Mencoba untuk mengubah persepsi dari masyarakat dengan menghubungkan organisasi dengan simbol-simbol yang memiliki status legitimasi yang tinggi.
- 4) Mencoba untuk mengubah harapan masyarakat dengan menyesuaikan harapan mereka dengan output, tujuan dan metode organisasi.

Organisasi dapat mengimplementasikan salah satu dari strategi tersebut atau kombinasi dari masing-masing strategi melalui pengungkapan informasi dengan berbagai media. Karenanya pengungkapan informasi tanggungjawab sosial perusahaan dapat dipandang sebagai suatu strategi yang dapat dipergunakan oleh organisasi untuk mempertahankan legitimasinya.

3. Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Tanggungjawab adalah suatu kewajiban perusahaan yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa baik bagi masyarakat maupun juga dalam mempertahankan kualitas lingkungan sosialnya secara fisik maupun memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat di mana mereka berada. Perusahaan bertanggungjawab secara sosial ketika manajemennya memiliki visi atas kinerja operasionalnya, tidak hanya mengutamakan laba/*profit* perusahaan tetapi juga dalam menjalankan aktivitasnya, memperhatikan lingkungan yang ada disekitarnya. Perusahaan tidak hanya memandang laba sebagai satu-satunya tujuan dari perusahaan tetapi ada tujuan yang lainnya yaitu kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, karena perusahaan mempunyai tanggungjawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray dkk., 1988).

Pengungkapan tanggungjawab sosial atau sering disebut sebagai *corporate social reporting* adalah proses pengkomunikasian efek-efek sosial dan lingkungan atas tindakan-tindakan ekonomi perusahaan pada kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dan pada masyarakat secara keseluruhan (Gray dkk., 1988). Kontribusi negatif perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya telah menyebabkan hilangnya kepercayaan masyarakat adalah dengan mengungkapkan informasi-informasi mengenai operasi perusahaan sehubungan dengan lingkungan sebagai tanggungjawab perusahaan. Pengungkapan tanggungjawab

sosial perusahaan juga berarti penyediaan informasi keuangan dan non-keuangan yang berkaitan dengan interaksi perusahaan dan lingkungan sosial perusahaan, seperti yang dinyatakan dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Guthrie dan Ward, 2006). Pengungkapan tanggungjawab sosial terdiri dari lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, tenaga kerja, produk, dan keterlibatan masyarakat.

Menurut Gray dkk. (1995), ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat sebagai pemakai utama pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggungjawab sosial yang dilaporkan. Pendekatan kedua yaitu meletakkan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dan sekaligus merupakan sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sangat perlu dilakukan, karena bagaimanapun juga perusahaan memperoleh nilai

tambah dari kontribusi masyarakat di sekitar perusahaan termasuk dari penggunaan sumber-sumber sosial (*social resources*). Jika aktivitas perusahaan menyebabkan kerusakan sumber-sumber sosial maka dapat timbul adanya biaya sosial (*social cost*) yang harus ditanggung oleh masyarakat, sedang apabila perusahaan meningkatkan mutu *social resources* maka akan menimbulkan *social benefit* (manfaat sosial).

Anggraini (2006) menyatakan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi. Oleh karena itu dalam perkembangan sekarang ini akuntansi konvensional telah banyak dikritik karena tidak dapat mengakomodir kepentingan masyarakat secara luas, sehingga kemudian muncul konsep akuntansi baru yang disebut sebagai *social responsibility accounting (SRA)* atau akuntansi pertanggungjawaban sosial.

Menurut Hackston dan Milne (1996), tanggungjawab sosial perusahaan sering disebut juga sebagai *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang

berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggungjawab organisasi dalam hal ini perusahaan, di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham.

4. Pengaruh Corporate Governance terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI) (2008) mendefinisikan *corporate governance* sebagai seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditor, pemerintah, karyawan, serta para pemegang kepentingan *intern* dan *ekstern* lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka. Sedangkan, menurut *The Indonesian Institute for Corporate Governance (IICG) (2008)* mendefinisikan *corporate governance* sebagai serangkaian mekanisme yang mengarahkan dan mengendalikan suatu perusahaan agar operasional perusahaan berjalan sesuai dengan harapan para pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Shleifer dan Vishny (1996) mendefinisikan *corporate governance* sebagai mekanisme yang digunakan untuk memastikan supplier keuangan dan perusahaan memperoleh pengembalian (*return*) dari kegiatan yang dijalankan oleh manajemen, atau dengan kata lain bagaimana supplier keuangan perusahaan melakukan kontrol terhadap manajemen. Dengan demikian *corporate governance* berkaitan dengan

bagaimana para investor yakin bahwa manajemen akan memberikan keuntungan bagi mereka, yakin bahwa manajemen tidak akan mencuri atau menginvestasikan ke dalam proyek-proyek yang tidak menguntungkan berkaitan dengan dana yang telah ditanamkan oleh investor, dan berkaitan dengan bagaimana para investor mengontrol para manajemen.

Semakin kompleksnya aktivitas pengelolaan perusahaan maka akan meningkatkan kebutuhan praktek tata kelola usaha yang baik dan memastikan bahwa manajemen berjalan dengan baik. Dengan memberikan prioritas terhadap perbaikan penerapan *corporate governance*, perusahaan-perusahaan dapat mengarah kepada peningkatan kinerja. Perusahaan yang dikelola dengan baik akan menumbuhkan keyakinan pelanggan dan memperoleh kepercayaan dari pasar. *Corporate governance* merupakan suatu sistem untuk mengarahkan dan mengendalikan perusahaan. Struktur *good corporate governance* menetapkan distribusi hak dan kewajiban di antara berbagai pihak yang terlibat dalam suatu korporasi seperti dewan direksi, para manajer, para pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya.

a. Kepemilikan manajemen

Saham adalah bentuk pendanaan jangka panjang yang tidak memiliki batas waktu pengembalian. Saham merupakan bukti kepemilikan atas suatu perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT). Pemilik saham suatu perusahaan adalah pemegang saham, dan merupakan

pemilik perusahaan. Tanggungjawab pemilik perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas pada modal yang disetorkan atau yang dimiliki (Rawi, 2008).

Ada berbagai kebijakan yang dapat diterapkan oleh para pemegang saham dalam mengatur distribusi modalnya atau kebijakan dalam membentuk struktur kepemilikan perusahaan yang mereka miliki. Ada sebagian perusahaan yang mengambil kebijakan kompensasi perusahaan bagi para manajernya dengan cara memberikan hak kepada para manajer untuk memiliki sebagian saham perusahaan (Ratnaningsih dan Hartono, 2001).

Kepemilikan manajemen adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajemen memiliki saham dalam perusahaan atau manajemen tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya persentase kepemilikan saham oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin besar kepemilikan manajemen dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer terhadap perusahaan (Rustiriani, 2002).

Kepemilikan manajemen menyebabkan berkurangnya tindakan oportunistik manajemen untuk memaksimalkan kepentingan pribadi. Manajemen perusahaan akan mengambil keputusan sesuai dengan kepentingan perusahaan, yaitu dengan cara mengungkapkan informasi sosial yang seluas-luasnya untuk meningkatkan *image* perusahaan. (Anggraini, 2006).

Menurut Shleifer dan Vishny (1996) kepemilikan saham yang besar dari segi ekonomisnya memiliki insentif untuk memonitor. Hal ini dapat terjadi karena dengan memberikan saham kepada manajemen maka manajemen sekaligus merupakan pemilik perusahaan akan bertindak demi kepentingan perusahaan, untuk itu kepemilikan manajemen dipandang sebagai alat untuk menyatukan kepentingan manajemen dengan pemilik. Kepemilikan manajemen memperoleh keuntungan khusus atas biaya tanggungjawab sosial dari pemegang saham lainnya, Struktur kepemilikan modal harus memegang peranan dalam penetapan jumlah pengeluaran tanggungjawab sosial.

Rawi dan Muchlish (2010), Rawi (2008) dan Anggraini (2006) menemukan pengaruh positif kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Namun pada penelitian Barnea dan Rubin (2006), Rustiarini (2002), tidak ditemukan pengaruh kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

b. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen, dan bertanggungjawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggungjawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan (Mulyadi, 2002:182). Sebagai bagian dari

perusahaan, dewan komisaris dapat mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam perusahaan.

Dewan komisaris merupakan suatu mekanisme untuk mengawasi, memberikan petunjuk dan arahan pada pengelola perusahaan atau pihak manajemen. Dalam hal ini manajemen bertanggungjawab untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan, sedangkan dewan komisaris bertanggungjawab untuk mengawasi manajemen (FCGI, 2008).

Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial. Dengan mengungkapkan informasi sosial perusahaan, *image* perusahaan akan semakin baik (Gray dkk., 1988). Dewan komisaris tentu menginginkan peningkatan citra perusahaan.

Proporsi dewan komisaris cukup menentukan pengaruhnya terhadap pengungkapan sosial perusahaan. Coller dan Gregory (1999) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah mengendalikan *Chief Executive Officer* (CEO) dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Melalui peran pengawasan, perusahaan dapat melakukan kegiatan operasional sesuai dengan aturan yang berlaku demi kelangsungan hidup perusahaan. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka komposisi pengalaman dan keahlian yang dimiliki dewan komisaris

semakin beragam. Hal ini dapat mendorong aktivitas pengawasan yang lebih baik. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial, aktivitas pengawasan yang lebih baik diharapkan dapat meningkatkan pengungkapan tanggungjawab sosial karena adanya tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial perusahaan (Sembiring 2005). Tujuan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari *stakeholders* diperoleh dengan mengungkapkan tanggungjawab sosial. Keberadaan dewan komisaris akan memberikan pengendalian dan pengawasan.

Hubungan ukuran dewan komisaris dengan pengungkapan tanggungjawab sosial dapat dilihat melalui pendekatan kontijensi. Pendekatan ini menyatakan bahwa kinerja kelompok tergantung pada pasangan yang cocok antara gaya pemimpin dalam berinteraksi dengan bawahannya, dan tingkatan dimana keadaan memberi pengaruh serta kendali terhadap pemimpin (Fiedler, 1971). Apabila kualitas dewan komisaris berbeda, maka tidak ada perbedaan pengungkapan tanggungjawab sosial antara perusahaan yang memiliki jumlah dewan komisaris kecil dan besar. Apabila kualitas dewan komisaris sama, maka ada perbedaan pengungkapan tanggungjawab sosial antara perusahaan yang memiliki jumlah dewan komisaris kecil dan besar.

Pengungkapan tanggungjawab sosial merupakan bagian dari pengungkapan sukarela di Indonesia, hal ini dikarenakan belum adanya aturan yang mengharuskan perusahaan untuk mengungkapkan

tanggungjawab sosial berkaitan dengan ukuran dewan komisaris. Beberapa penelitian tentang pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial adalah penelitian Sabeni (2002), Sembiring (2005), Nurkhin (2009), Yulita (2010) yang menunjukkan hasil bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

5. Profitabilitas

Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan merupakan cerminan suatu pendekatan manajemen 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 dkk., 1987).

Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan mencerminkan suatu pendekatan perusahaan dalam melakukan adaptasi dengan lingkungan yang dinamis dan bersifat multidimensi. Hubungan antara pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah diyakini mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajemen yang sama dengan gaya manajemen yang dilakukan pihak manajemen perusahaan dalam memperoleh keuntungan (Bowman dan Haire, 1976).

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial kepada pemegang saham (Hackston dan Milne, 1996). Donovan dan Gibson (2007) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Sebaliknya, ketika tingkat profitabilitas rendah perusahaan akan berharap pengguna laporan akan membaca informasi yang baik mengenai kinerja keuangan perusahaan (Sembiring, 2005).

Vance (1975) mempunyai pandangan bahwa pengungkapan sosial perusahaan memberikan *competitive disadvantage* karena perusahaan harus mengeluarkan tambahan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial tersebut (Belkaoui dan Karpik, 1989). Hossain dkk. (2006) menyatakan bahwa hubungan profitabilitas dan pengungkapan tanggungjawab sosial merupakan isu kontroversial untuk dipecahkan. Argumentasinya adalah bahwa akan terdapat biaya tambahan dalam rangka pengungkapan tanggungjawab sosial. Dengan demikian, profitabilitas akan menjadi turun. Penelitian Sembiring (2005), Anggraini (2006), Patten (1991), Davey (1982), Ng (1985) dan Hackston dan Milne

(1996) menemukan pengaruh negatif *profitabilitas* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

6. Leverage

Financial Leverage merupakan penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap, dengan harapan akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetapnya, sehingga keuntungan pemegang saham bertambah. Alasan yang kuat menggunakan beban tetap adalah untuk meningkatkan pendapatan yang tersedia bagi pemegang saham. *Leverage* juga merupakan sarana untuk mendorong peningkatan keuntungan atau pengembalian hasil/nilai tanpa menambah investasi (Rawi, 2008).

Leverage merupakan salah satu bagian dari instrumen keuangan yang digunakan perusahaan untuk memberikan informasi keuangan kepada investor. Perusahaan memberikan informasi yang detail dalam laporan tahunan. Peningkatan investasi relatif lebih mudah pada saat perusahaan mempunyai likuiditas (Zweibel, 1996). Bank dan pemberi hutang (kreditor) mempunyai investasi di perusahaan dan mereka cenderung menginginkan hasil dari investasi tersebut.

Gilson (1990) menyatakan bahwa Bank di USA berperan penting dalam organisasi perusahaan yang mana dapat mengganti manajer dan direktur. *Leverage* keuangan (*ratio leverage*) merupakan perbandingan antara dana-dana yang dipakai untuk membelanjai/membiayai

perusahaan atau perbandingan antara dana yang diperoleh dari kreditor dengan dana yang disediakan pemilik perusahaan. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat risiko tak tertagihnya suatu hutang.

Perusahaan memperoleh tambahan modal dari kreditor sehingga kreditor mempunyai kekuasaan untuk mempengaruhi manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan dan menginformasikan kepada investor. Oleh karena itu, perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditor jangka panjang. Kreditor memerlukan informasi keuangan yang cukup agar dapat memastikan bahwa perusahaan memiliki cukup kas pada saat kewajibannya jatuh tempo di masa yang akan datang. Dengan semakin tinggi *leverage* maka beban tetap perusahaan akan semakin bertambah. Hal ini akan berakibat pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan menjadi terbatas (Rawi, 2008).

Perusahaan akan berusaha untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial seminimal mungkin untuk menghindari tekanan dari kreditor. Kreditor dapat mempengaruhi dan menekan perusahaan apabila perusahaan terlalu banyak berkuat dengan aktivitas sosial. Hal ini disebabkan kreditor berharap kepentingannya didahulukan daripada aktivitas sosial. Oleh karena itu, semakin tinggi *leverage*, maka semakin

rendah pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (Rawi dan Muchlish, 2010).

Beberapa penelitian yang meneliti hubungan antara *leverage* dan pengungkapan tanggungjawab sosial, yaitu Rawi (2008), Anggraini (2006), Sembiring (2003), Rawi dan Muchlish (2010), Cormier dan Magnan (1999), Belkaoui dan Karpik (1989), Panjaitan (2009), Darwis (2009). Penelitian tersebut menemukan adanya pengaruh negatif *leverage* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

7. Ukuran (*size*) Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variable yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan (Sembiring, 2005). Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi risiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan. Perusahaan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan menyebabkan perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat. Perusahaan yang berukuran lebih besar juga cenderung

memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil.

Cowen dkk. (1987) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar akan memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dan laporan tahunan akan digunakan untuk menyebarkan informasi tentang tanggungjawab sosial tersebut, sehingga aktivitas perusahaannya mendapatkan legitimasi dari masyarakat.

Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan besar merupakan entitas yang banyak disorot oleh pasar maupun publik secara umum. Mengungkapkan lebih banyak informasi merupakan bagian dari upaya perusahaan untuk mewujudkan akuntabilitas publik. perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar. Dengan sumber daya yang besar tersebut perusahaan perlu dan mampu membiayai penyediaan informasi untuk kepentingan internal. Informasi tersebut sekaligus menjadi bahan untuk keperluan pengungkapan informasi kepada pihak eksternal, sehingga tidak perlu ada tambahan biaya yang besar untuk dapat melakukan pengungkapan dengan lebih lengkap.

Perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Untuk mendapatkan legitimasi, perusahaan besar akan melakukan aktivitas sosial lebih banyak agar mempunyai pengaruh terhadap pihak-pihak internal maupun eksternal yang

mempunyai kepentingan terhadap perusahaan. Teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha untuk memastikan bahwa aktivitas perusahaan diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang dapat diterima (Deegan, 2002). Pendapat yang sama diungkapkan juga oleh Tilt (1994) yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan.

Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran kecil (Kartika, 2010). Ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan *total assets*, penjualan atau ekuitas. Ukuran perusahaan adalah suatu skala di mana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, jumlah tenaga kerja, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain (Miswanto dan Husnan, 1999)

Cooke (1989) meneliti pengaruh *size* perusahaan, status perusahaan dan jenis industri terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan Swedia yang terdaftar di bursa. *Size* perusahaan merupakan variabel penting yang menjelaskan luas pengungkapan dalam laporan tahunan.

Beberapa penelitian tentang pengaruh ukuran (*size*) perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, yaitu Sabeni (2002), Panjaitan (2009), Sembiring (2003 dan 2005), Nurkhin (2009), Novita dan Djakman (2008), Darwis (2009), Cooke (1989), Chow dan Boren (1987), Wallace dkk. (1994), Cowen dkk. (1987), Patten (1991), Belkaoui dan Karpik (1989), Hackston dan Milne (1996). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran (*size*) perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan

8. Tipe Industri

a. Tipe Industri *High*

Menurut Roberts (1992), perusahaan yang termasuk dalam tipe industri *high*, adalah perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat risiko politik yang tinggi atau tingkat kompetisi yang ketat. Preston (1978) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki aktivitas ekonomi yang memodifikasi lingkungan, seperti industri ekstraktif, lebih mungkin mengungkapkan informasi mengenai dampak lingkungan dibandingkan industri yang lain (Anggraini, 2006). Industri ekstraktif adalah industri yang bahan bakunya diambil langsung dari alam sekitar, seperti pertanian, perkebunan, perhutanan, perikanan, peternakan, pertambangan, dan lain lain.

Hackston & Milne (1996) menyajikan bukti empiris mengenai praktik pengungkapan lingkungan dan sosial pada perusahaan-perusahaan di New Zealand serta menguji beberapa hubungan potensial antara karakteristik perusahaan dengan pengungkapan sosial dan lingkungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

Menurut Cowen dkk. (1987), perusahaan-perusahaan dengan tipe industri *high*, pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Masyarakat umumnya lebih sensitif terhadap tipe industri ini karena kelalaian perusahaan dalam pengamanan proses produksi dan hasil produksi dapat membawa akibat yang fatal bagi masyarakat. Perusahaan tipe industri *high* juga lebih sensitif terhadap keinginan konsumen atau pihak lain yang berkepentingan terhadap produknya. Adapun perusahaan yang tergolong dalam perusahaan tipe industri *high* pada umumnya mempunyai sifat: memiliki jumlah tenaga kerja yang besar, dalam proses produksinya mengeluarkan residu, seperti limbah cair dan polusi udara. Contoh perusahaan yang termasuk dalam kelompok tipe industri *high* antara lain perusahaan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agribisnis, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, media

dan komunikasi, energi (listrik), teknik, kesehatan serta transportasi dan pariwisata.

b. Tipe Industri *Low*

Menurut Hackston & Milne (1996), perusahaan tipe industri *low* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya. Bila dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan tipe industri *high*, perusahaan yang terkategori dalam tipe industri *low* lebih ditoleransi oleh masyarakat luas manakala melakukan kesalahan. Adapun perusahaan yang termasuk dalam kelompok industri tipe industri *low* antara lain perusahaan bangunan, keuangan, dan perbankan, supplier peralatan medis, properti, retailer, tekstil, dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga.

B. Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian tentang kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, *leverage*, *size*, dan tipe industri telah banyak dilakukan. Penelitian Rustiarini (2002) menguji pengaruh kepemilikan saham manajemen, kepemilikan institusional dan kepemilikan saham asing terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kepemilikan saham manajemen,

kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, namun hanya kepemilikan saham asing yang berpengaruh. Hal ini menunjukkan tingginya kepedulian dan tanggungjawab investor asing pada masalah sosial dan lingkungan di Indonesia.

Penelitian Novita dan Djakman tahun 2008 mengkaitkan struktur kepemilikan (kepemilikan asing dan kepemilikan institusional) dengan tipe industri, ukuran perusahaan, dan kategori BUMN-Non BUMN terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Hasilnya menunjukkan bahwa struktur kepemilikan tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

Rawi dan Muchlish tahun 2010 meneliti tentang pengaruh kepemilikan manajemen, kepemilikan institusi, *leverage* terhadap tanggungjawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Hasil analisis data menunjukkan adanya pengaruh yang positif kepemilikan manajemen terhadap *corporate social responsibility*. Perusahaan yang mempunyai kepemilikan saham manajemen yang tinggi, maka lebih banyak melakukan aktivitas sosial dan lingkungan karena mereka menganggap masyarakat eksternal memperhatikan lingkungan akibat kegiatan operasi perusahaan.

Penelitian Hossain dkk (2006) menguji ukuran perusahaan, profitabilitas atau kinerja keuangan perusahaan, anak perusahaan multinasional, audit perusahaan, jenis industri terhadap pengungkapan

sosial dan lingkungan. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor profitabilitas (dengan proksi *net profit margin*) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Faktor lain yang terbukti berpengaruh adalah tipe industri. Sementara variabel independen lainnya seperti *size*, *subsidiaries of multinational company*, dan *audit firm* tidak terbukti mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Hackston dan Milne (1996) menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan industri berpengaruh pengungkapan sosial perusahaan, sedangkan profitabilitas tidak. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh ukuran pengungkapan yang lebih kuat terjadi pada perusahaan tipe industri *high* dibandingkan dengan perusahaan tipe industri *low*.

Penelitian Cormier dan Magnan (1999) menguji pengaruh *information cost* (risiko, ketergantungan pada pasar modal, volume perdagangan, kepemilikan saham) dan kondisi keuangan (kinerja akuntansi, kinerja saham dan *leverage*) terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Hasil penelitian menemukan ketergantungan pada pasar modal, volume perdagangan, dan kepemilikan saham berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

Chow dan Boren (1987) meneliti ukuran perusahaan, proporsi aset, dan rasio hutang terhadap pengungkapan sukarela. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengungkapan sukarela sangat bervariasi pada 52

sampel perusahaan di Mexico, hanya ukuran perusahaan yang berpengaruh positif terhadap pengungkapan sukarela.

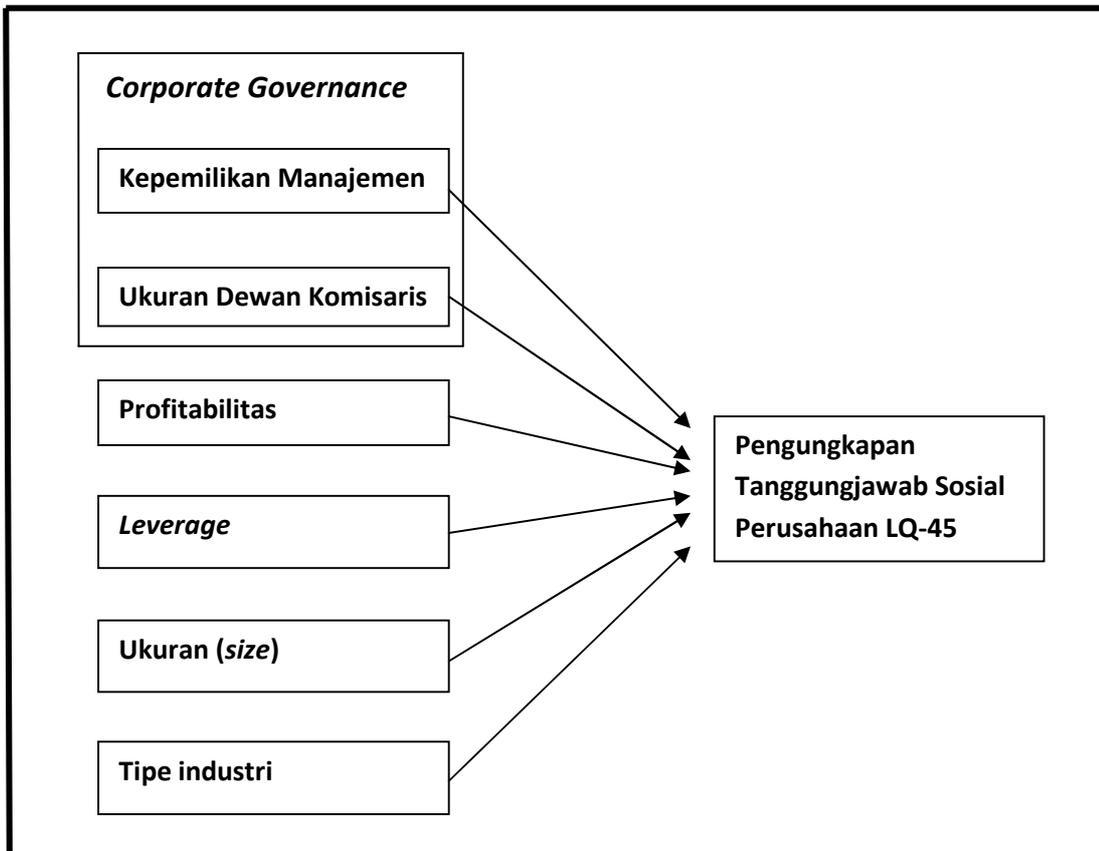
Sementara Belkaoui dan Karpik (1989) menunjukkan pengungkapan sosial berpengaruh positif dengan kinerja sosial, pengungkapan sosial berpengaruh positif dengan visibilitas politik, pengungkapan sosial berpengaruh negatif dengan *leverage*. Kinerja ekonomi tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

Gray dkk (2001) melakukan penelitian pengungkapan tanggungjawab sosial di Inggris. Dengan menggunakan periode selama 8 tahun, hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa karakteristik perusahaan seperti *size*, laba, dan jenis industri merupakan faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial.

Penelitian Patten (1991) menguji pengaruh *public pressure* dan profitabilitas terhadap pengungkapan sosial 156 perusahaan yang terdapat pada Fortune 500 tahun 1985. Dengan menggunakan teori *stakeholder*, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *size* dan tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial, tetapi profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tersebut. Hasil penelitian ini dijadikan dasar bahwa pengungkapan tanggungjawab sosial berkaitan dengan tekanan publik.

C. MODEL PENELITIAN

Gambar 2.1. Pengaruh *corporate governance*, profitabilitas, *leverage*, *size* dan tipe industri terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan LQ-45



D. Hipotesis Penelitian

1. Hubungan antara Kepemilikan Manajemen dengan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial

Kepemilikan manajemen adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajemen memiliki saham dalam perusahaan atau manajemen tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya persentase kepemilikan saham oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin besar kepemilikan manajemen dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer terhadap perusahaan.

Kepemilikan manajemen menyebabkan berkurangnya tindakan oportunistik manajemen untuk memaksimalkan kepentingan pribadi. Manajemen perusahaan akan mengambil keputusan sesuai dengan kepentingan perusahaan, yaitu dengan cara mengungkapkan informasi sosial yang seluas-luasnya untuk meningkatkan *image* perusahaan. (Anggraini, 2006).

Menurut Shleifer dan Vishny (1996) kepemilikan saham yang besar dari segi ekonomisnya memiliki insentif untuk memonitor. Hal ini dapat terjadi karena dengan memberikan saham kepada manajemen maka manajemen sekaligus merupakan pemilik perusahaan akan bertindak demi kepentingan perusahaan, untuk itu kepemilikan manajemen dipandang sebagai alat untuk menyatukan kepentingan manajemen dengan pemilik. Kepemilikan manajemen memperoleh keuntungan khusus atas biaya tanggungjawab sosial dari pemegang saham lainnya, Struktur

kepemilikan modal harus memegang peranan dalam penetapan jumlah pengeluaran tanggungjawab sosial.

Ada berbagai kebijakan yang dapat diterapkan oleh para pemegang saham dalam mengatur distribusi modalnya atau kebijakan dalam membentuk struktur kepemilikan perusahaan yang mereka miliki. Ada sebagian perusahaan yang mengambil kebijakan kompensasi perusahaan bagi para manajernya dengan cara memberikan hak kepada para manajer untuk memiliki sebagian saham perusahaan (Ratnaningsih dan Hartono, 2001).

Rawi dan Muchlish (2010), Rawi (2008) dan Anggraini (2006), menemukan pengaruh positif kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Berdasarkan beberapa penelitian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian.

H₁: Kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan LQ-45.

2. Hubungan antara Ukuran Dewan Komisaris dengan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial

Dewan komisaris merupakan suatu mekanisme untuk mengawasi, memberikan petunjuk dan arahan pada pengelola perusahaan atau pihak manajemen. Dalam hal ini manajemen bertanggungjawab untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan, sedangkan dewan komisaris bertanggungjawab untuk mengawasi manajemen (FCGI, 2008).

Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen, dan bertanggungjawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggungjawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian *intern* perusahaan (Mulyadi, 2002:182). Sebagai bagian dari perusahaan, dewan komisaris dapat mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam perusahaan.

Proporsi dewan komisaris cukup menentukan pengaruhnya terhadap pengungkapan sosial perusahaan. Coller dan Gregory (1999) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah mengendalikan *Chief Eexecutive Officer* (CEO) dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Melalui peran pengawasan, perusahaan dapat melakukan kegiatan operasional sesuai dengan aturan yang berlaku demi kelangsungan hidup perusahaan. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka komposisi pengalaman dan keahlian yang dimiliki dewan komisaris semakin beragam. Hal ini dapat mendorong aktivitas pengawasan yang lebih baik. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial, aktivitas pengawasan yang lebih baik diharapkan dapat meningkatkan pengungkapan tanggungjawab sosial karena adanya tekanan terhadap

manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial perusahaan (Sembiring 2005).

Pengungkapan tanggungjawab sosial merupakan bagian dari pengungkapan sukarela di Indonesia. Hal ini dikarenakan belum adanya aturan yang mengharuskan perusahaan untuk mengungkapkan berkaitan dengan ukuran dewan komisaris.

Beberapa penelitian tentang pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial adalah penelitian Sabeni (2002), Sembiring (2005), Nurkhin (2008), Yulita (2010), Haniffa dan Cooke (2005) yang menunjukkan hasil bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Penelitian ini akan menggunakan ukuran dewan komisaris sebagai salah satu proksi mekanisme *corporate governance*. Hal ini untuk menguji kembali hasil penelitian sebelumnya. Oleh karena itu hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H₂: Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan LQ-45.

3. Hubungan antara Profitabilitas dengan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial

Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan mencerminkan suatu pendekatan perusahaan dalam melakukan adaptasi dengan lingkungan yang dinamis dan bersifat multidimensi. Hubungan antara

pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah diyakini mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajemen yang sama dengan gaya manajemen yang dilakukan pihak manajemen perusahaan memperoleh dalam memperoleh keuntungan (Bowman dan Haire, 1976).

Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan merupakan cerminan suatu pendekatan manajemen 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 dkk., 1987).

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Hackston dan Milne, 1996). Donovan dan Gibson (2007) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Sebaliknya, ketika tingkat profitabilitas rendah perusahaan akan berharap pengguna laporan akan membaca informasi yang baik mengenai kinerja keuangan perusahaan (Sembiring, 2005).

Vance (1975) mempunyai pandangan bahwa pengungkapan sosial perusahaan memberikan kerugian kompetitif (*competitive disadvantage*) karena perusahaan harus mengeluarkan tambahan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial tersebut (Belkaoui dan Karpik,1989). Hossain dkk. (2006) menyatakan bahwa hubungan profitabilitas dan pengungkapan tanggungjawab sosial merupakan isu kontroversial untuk dipecahkan. Argumentasinya adalah bahwa akan terdapat biaya tambahan dalam rangka pengungkapan tanggungjawab sosial. Dengan demikian, profitabilitas akan menjadi turun. Penelitian Sembiring (2005), Anggraini (2006), Patten (1991), Davey (1982), Ng (1985) dan Hackston dan Milne (1996) menemukan pengaruh negatif *profitabilitas* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

H: Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan LQ-45.

4. Hubungan antara *Leverage* dengan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial

Leverage juga merupakan sarana untuk mendorong peningkatan keuntungan atau pengembalian hasil/nilai tanpa menambah investasi (Rawi, 2008). *Financial Leverage* merupakan penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap, dengan harapan akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetapnya, sehingga keuntungan pemegang saham bertambah. Alasan yang kuat

menggunakan beban tetap adalah untuk meningkatkan pendapatan yang tersedia bagi pemegang saham.

Perusahaan memberikan informasi yang detail dalam laporan tahunan. Peningkatan investasi relatif lebih mudah pada saat perusahaan mempunyai likuiditas (Zweibel, 1996). Bank dan pemberi utang (kreditor) mempunyai investasi di perusahaan dan mereka cenderung menginginkan *return* hasil dari investasi tersebut.

Gilson (1990) menyatakan bahwa Bank di USA berperan penting dalam organisasi perusahaan yang mana dapat mengganti manajer dan direktur. *Leverage* keuangan (*ratio leverage*) merupakan perbandingan antara dana-dana yang dipakai untuk membelanjai/membiayai perusahaan atau perbandingan antara dana yang diperoleh dari kreditor dengan dana yang disediakan pemilik perusahaan. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu hutang.

Perusahaan memperoleh tambahan modal dari kreditor sehingga kreditor mempunyai kekuasaan untuk mempengaruhi manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan dan menginformasikan kepada investor. Oleh karena itu, perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditor jangka panjang. Kreditor memerlukan informasi keuangan yang cukup agar dapat memastikan bahwa perusahaan memiliki cukup kas pada

saat kewajibannya jatuh tempo di masa yang akan datang. Dengan semakin tinggi *leverage* maka beban tetap perusahaan akan semakin bertambah. Hal ini akan berakibat pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan menjadi terbatas (Rawi, 2008).

Perusahaan akan berusaha untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial seminimal mungkin untuk menghindari tekanan dari kreditor. Kreditor dapat mempengaruhi dan menekan perusahaan apabila perusahaan terlalu banyak berkutut dengan aktivitas sosial. Hal ini disebabkan kreditor berharap kepentingannya didahulukan daripada aktivitas sosial. Oleh karena itu, semakin tinggi *leverage*, maka semakin rendah pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (Rawi dan Muchlis, 2010).

Beberapa penelitian tentang pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, yaitu Rawi (2008), Anggraini (2006), Sembiring (2003), Rawi dan Muchlis (2010), Cormier dan Magnan (1999), Panjaitan (2009), Belkaoui dan Karpik (1989), Darwis (2009). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Variabel *leverage* akan diuji kembali pengaruhnya terhadap tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial yang dibuat perusahaan. Oleh karena itu hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H₄: *Leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan LQ-45.

5. Hubungan antara Ukuran (*size*) Perusahaan dengan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial

Menurut Jones (1976), ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari besar kecilnya modal yang digunakan, total aktiva yang dimiliki atau total penjualan yang diperoleh. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran kecil. Ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan total aset, penjualan atau ekuitas. Jika jumlah aset, penjualan atau ekuitas tersebut besar, maka logaritma terhadap jumlah tersebut digunakan untuk tujuan penelitian. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, jumlah tenaga kerja, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain (Miswanto dan Husnan, 1999)

Perusahaan besar cenderung untuk menerima lebih banyak perhatian dari masyarakat dan berada di bawah tekanan publik yang lebih besar untuk menunjukkan tanggungjawab sosial perusahaannya (Cowen dkk., 1987). Perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan. Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan

masyarakat. Perusahaan yang berukuran lebih besar juga cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil.

Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) menunjukkan bahwa pengungkapan tanggungjawab sosial dapat mempengaruhi persepsi masyarakat. Pengungkapan tanggungjawab sosial juga dapat menghilangkan persepsi-persepsi negatif dari publik. Perusahaan besar diharapkan untuk mengungkapkan informasi tanggungjawab sosial yang lebih dalam laporan tahunannya.

Cowen dkk. (1987) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dan laporan tahunan akan digunakan untuk menyebarkan informasi tentang tanggungjawab sosial tersebut, sehingga aktivitas perusahaannya mendapatkan legitimasi dari masyarakat.

Cooke (1989) meneliti pengaruh *size* perusahaan, status perusahaan dan jenis industri terhadap luas pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan Swedia yang terdaftar dibursa. *Size* perusahaan merupakan variabel penting yang menjelaskan luas pengungkapan dalam laporan tahunan.

Penelitian yang berhasil menunjukkan *size* perusahaan berpengaruh positif terhadap pertanggungjawaban sosial antara lain, yaitu Sabeni (2002), Panjaitan (2009), Sembiring (2003), Sembiring (2005),

Nurkhin (2009), Darwis (2009), Cooke (1993), Chow dan Boren (1987), Wallace dkk. (1994), Cowen dkk. (1987), Patten (1991), Belkaoui dan Karpik (1989), Hackston dan Milne (1996). Berdasarkan asumsi tersebut penelitian ini akan mencoba menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggungjawab sosial dalam laporan tahunan dengan mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

H₅: Ukuran (*size*) perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan LQ-45.

6. Hubungan antara Tipe Industri Perusahaan dengan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial

Menurut Roberts (1992), perusahaan yang termasuk dalam tipe industri *high*, adalah perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat risiko politik yang tinggi atau tingkat kompetisi yang ketat, seperti pertanian, perkebunan, perhutanan, perikanan, peternakan, pertambangan, dan lain lain. Sedangkan, perusahaan tipe industri *low* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya. Adapun perusahaan yang termasuk dalam kelompok industri tipe industri *low* antara lain perusahaan bangunan, keuangan, dan perbankan, supplier peralatan medis, properti, retailer, tekstil, dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga.

Tipe industri berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial. Hal ini berarti bahwa tipe industri *high* akan cenderung mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak dibandingkan tipe industri *low*. Perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam tipe industri *high* lebih banyak diawasi oleh pemerintah dibandingkan perusahaan yang termasuk dalam tipe industri *low*.

Hubungan sistematis antara tipe industri perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab 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 (Sembiring, 2005).

Penelitian Hackston dan Milne (1996) menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengaruh ukuran pengungkapan yang lebih kuat terjadi pada perusahaan tipe industri *high* dibandingkan dengan perusahaan tipe industri *low*. Cowen dkk (1987), Patten (1991) Cooke (1993), Roberts (1992), Hackston dan Milne (1996), Gray dkk. (2001), Sembiring (2005) dan Anggraini (2006) menemukan pengaruh positif dari

tipe industri terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Oleh karena itu hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H_6 :Tipe industri perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan LQ-45.