

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGUNGKAPAN  
TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN  
PADA LAPORAN TAHUNAN PERUSAHAAN  
DI BURSA EFEK INDONESIA**

**RAHMI SYAFITRI  
P3400210007**



**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR**

**2013**

# **TESIS**

## **FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PADA LAPORAN TAHUNAN PERUSAHAAN DI BURSA EFEK INDONESIA**

### **Tesis**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi  
Ilmu Akuntansi

Disusun dan diajukan oleh:

RAHMI SYAFITRI  
P 3400210007

kepada

PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR

2013

**Halaman Pengesahan**

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGUNGKAPAN  
TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN  
PADA LAPORAN TAHUNAN PERUSAHAAN  
DI BURSA EFEK INDONESIA**

Disusun dan diajukan oleh  
RAHMI SYAFITRI  
Nomor Pokok : P3400210007

Menyetujui  
Komisi Penasehat,

Ketua

Anggota

Dr. Alimuddin, SE, MM. Ak

Dr. Yohanis Rura, SE, M.SA. Ak

Mengetahui  
Ketua Program Studi Akuntansi,

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

## ABSTRAK

**RAHMI SYAFITRI.** *Faktor – Faktor yang Memengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Laporan Tahunan Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia* (dibimbing oleh **Alimuddin** dan **Yohanis Rura**).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh: 1) profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibilities* (CSR), 2) *leverage* terhadap pengungkapan CSR, 3) *size* perusahaan terhadap pengungkapan CSR, 4) tipe industri terhadap pengungkapan CSR, 5) kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR, 6) kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR, dan 7) perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Pengumpulan data menggunakan *purposive sampling* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2005 sampai dengan 2010. Sampel penelitian sebanyak 18 perusahaan. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi berganda dan analisis uji beda *t-test*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR sedangkan variabel *leverage*, *size*, tipe industri, struktur kepemilikan institusional dan struktur kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini sejalan dengan teori *stakeholder* yaitu semua perusahaan selain mengejar *profit* tapi juga memperhatikan kepentingan *people* dan *planetnya*. Hasil analisis uji beda yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan luas pengungkapan yang dilakukan sebelum dan sesudah berlakunya UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Kata Kunci : Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, profitabilitas, tipe industri, struktur kepemilikan.

## ABSTRACT

**RAHMI SYAFITRI.** Factor-factors to affect corporate social responsibility disclosure of annual report on the Indonesia Stock Exchange. (supervised by **Alimuddin** and **Yohanis Rura**).

The purpose of this study was to examine the effect of: 1) profitability on the disclosure of Corporate Social Responsibilities (CSR), 2) leverage on the disclosure of CSR, 3) size on the disclosure of CSR, 4) type of industry on the disclosure of CSR, 5) institutional ownership on the disclosure of CSR, 6) foreign ownership on the disclosure of CSR, and 7) the difference of CSR disclosure before and after the application of the law of the Republic Indonesia number 40 in 2007 concerning company act.

The sampling technique was used *purposive sampling* on firms listed in Indonesia Stock Exchange (BEI) during 2005 until 2010, consist of 18 companies. The analysis method of this research is multiple regression analysis and different t-test analysis.

The result of research show that the profitability variable significantly influence CSR disclosure. Then the leverage, size, type of industry, institutional ownership and foreign ownership has no effect on CSR disclosure. As the different test result were significant on difference CSR disclosure before and after the application of the law of the Republik of Indonesia number 40 in 2007 concerning company act.

Keyword: Corporate social responsibilities disclosure, profitability, type of industry, ownership structure.

## PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya terutama nikmat kesehatan dan pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan tesis ini. Adapun judul tesis yang penulis angkat adalah “Faktor-faktor yang Memengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Laporan Tahunan Perusahaan di Bursa Efek Indonesia”. Disusun sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Magister Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Penulis tertarik dengan penelitian ini khususnya dengan judul yang di angkat, karena berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Di mana perusahaan beroperasi tidak hanya mengejar profit tetapi juga harus memperhatikan *planet* (lingkungan) dan *people* (kesejahteraan karyawan dan masyarakat setempat).

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam tesis ini, penulis banyak mendapat bimbingan, dukungan, doa dan bantuan dari berbagai pihak baik bersifat moril maupun materiil. Untuk itu dengan hati tulus dan ikhlas, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

- ❖ Teristimewa buat keluarga penulis Ayahanda tercinta (Alm) H. Majid Masa, tenanglah di sana. Karya ini saya persembahkan untuk Papa Sayang dan ibunda Hj. Rante , I love U Mom. Serta adik-adikku Aco, Muhammad dan Fitrah yang ada di Palu. Kalian adalah semangat dan motivasi terbesarku.
- ❖ Keluarga besarku Om Hardi, Tante Dayan, Tante Emi sekeluarga, Tante Sagri, K' Tirta dan Abang Benny, terima kasih atas bantuan, nasehat dan motivasi yang diberikan selama peneliti menjalani masa studi di tanah Daeng. Tidak lupa buat Eza Buccuku sebagai penghilang stress saat bermain dan tertawa bersamamu. I Love U Son...

- ❖ Dr. Alimuddin, SE.Ak, MM dan Dr. Yohanis Rura, Se.Ak, MSA sebagai dosen pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing, member motivasi serta diskusi-diskusi yang dilakukan oleh peneliti serta para penguji Dr. Darwis Said, SE.Ak, MSA; Dr. Ratna Ayu Damayanti, SE.Ak, M.Soc.Sc dan Dr. Mediaty, SE.Ak, M.Si yang telah memberikan saran dan nasehat dalam penyempurnaan tesis ini.
- ❖ Teman-teman seperjuangan di Magister Akuntansi UNHAS Rini, Ibu Linda, Mail, Dany, Nur, Kak Prima, Pak Rey, Ibu Dina, Pak Akbar, Syaiah, Ibu Yunita, Ibu Wati, K' Ramly dan K' Azhar. Semoga kesuksesan senantiasa mengiringi langkah kaki kita.
- ❖ Yang terakhir ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mereka yang namanya tidak tercantum tetapi telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu kritik, saran dan masukan yang konstruktif dari pembaca sangat diharapkan demi perbaikannya. Semoga tesis ini bermanfaat bagi pembaca, penulis dan khususnya bagi yang berkepentingan.

Makassar, Juli 2013

Rahmi Syafitri

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGAJUAN TESIS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
PRAKATA .....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori .....	13
1. Teori <i>Stakeholder</i> .....	14
2. Teori Keagenan .....	16
3. Teori Legitimasi.....	17



4. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).....	18
5. Pengungkapan CSR.....	22
6. Profitabilitas.....	27
7. <i>Leverage</i> .....	28
8. <i>Size</i> .....	29
9. Tipe Industri .....	30
10. Struktur Kepemilikan.....	32
B. Penelitian Terdahulu.....	36
C. Kerangka Konseptual .....	41
D. Pengembangan Hipotesis.....	43
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b>	
A. Rancangan Penelitian .....	51
B. Populasi dan Sampel .....	51
C. Jenis dan Sumber Data.....	52
D. Teknik Pengumpulan Data.....	53
E. Definisi dan Pengukuran Variabel.....	53
F. Metode Analisis.....	59
1. Analisis Deskriptif.....	59
2. Analisis Regresi Berganda.....	60
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	66
B. Hasil Penelitian.....	67

1. Analisis Statistik Deskriptif.....	67
2. Uji Asumsi Klasik.....	70
3. Hasil Analisis Regresi.....	74
4. Hasil Analisis Uji Beda T-Test.....	80
C. Pembahasan.....	82
1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR	82
2. Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan CSR....	84
3. Pengaruh Size terhadap Pengungkapan CSR.....	85
4. Pengaruh Tipe Industri terhadap Pengungkapan CSR	87
5. Pengaruh Struktur Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan CSR.....	88
6. Pengaruh Struktur Kepemilikan Asing terhadap Pengungkapan CSR.....	89
7. Perbedaan Pengungkapan CSR sebelum dan sesudah diberlakukannya UU No.40 Tahun 2007.....	90
 BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	93
B. Keterbatasan Penelitian.....	96
C. Saran.....	96
 DAFTAR PUSTAKA.....	97
 LAMPIRAN.....	105

## DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
1.	Matriks Operasional Variabel	59
2.	Rincian Data Pengambilan Sampel	66
3.	Analisis Statistik Deskriptif	67
4.	Hasil Pengujian Multikolenieritas	73
5.	Koefisien Determinasi	75
6.	Hasil Pengujian Simultan (Uji F)	76
7.	Hasil Uji T	76
8.	<i>Paired Sample T-Test</i>	81
9.	Perbandingan Pengungkapan Csr Tahun 2005 Dan 2010	92

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Tingkatan Tanggung Jawab Perusahaan	21
2. Hubungan Antara Variabel Independen Dan Variabel Dependen	41
3. Perbedaan Luas Pengungkapan Sebelum Dan Sesudah Diberlakukan Uu No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas	42
4. Uji Normalitas	71
5. Hasil Pengujian Normalitas	72
6. Uji Heteroskedastisitas	74

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Peran suatu perusahaan terhadap lingkungannya, baik lingkungan *intern* maupun lingkungan *ekstern* merupakan isu yang menjadi perhatian masyarakat saat ini. Isu tersebut dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Dalam konteks global, istilah CSR digunakan sejak tahun 1970-an. CSR semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21<sup>st</sup> Century Business* (1998), karya John Elkington. Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus yaitu *profit*, *planet* dan *people* (3P). Perusahaan yang baik tidak hanya mencari keuntungan ekonomi (*profit*), tetapi juga memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*).

Di Indonesia, istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA (*Corporate Social Activity*) atau “aktivitas sosial perusahaan”. Walaupun tidak menamainya sebagai CSR, secara faktual aksinya mendekati konsep CSR yang menggambarkan bentuk “peran serta” dan “kepedulian” perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan (Branson, 2001).

Pertanggungjawaban sosial perusahaan merupakan konsep yang penting untuk dilaksanakan perusahaan. Hal ini dimaksudkan untuk menciptakan hubungan timbal balik yang saling sinergis antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan sekitarnya, serta dapat mengurangi konflik kepentingan yang terjadi antara prinsipal (pemilik perusahaan atau pihak yang memberikan mandat) dan agen (manajer perusahaan atau pihak yang menerima mandat).

Pentingnya CSR, telah mendapat perhatian dari pemerintah dan perusahaan yang ada di Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Undang-undang tersebut juga mewajibkan semua perseroan untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial tersebut di laporan tahunan.

Terdapat dua motivasi yang mendasari perusahaan dalam mengungkapkan aktivitas CSRnya. Yang pertama, CSR dilakukan untuk memberi citra sebagai korporasi yang tanggap terhadap kepentingan sosial dan kedua yaitu legitimasi. Dua motivasi tersebut didasarkan pada teori kepemilikan (*stakeholder*) dan teori legitimasi. Dalam teori kepemilikan disebutkan bahwa perusahaan akan memilih *stakeholder* yang dianggap penting dan mengambil tindakan yang dapat memberikan hubungan harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya* (Ghozali dan Chariri,

2007). Oleh karena itu, perusahaan mempertimbangkan aktivitas serta pengungkapan CSR ini dengan harapan dapat menciptakan hubungan yang baik antara *stakeholder* dan memperoleh dukungan dari para *stakeholder*-nya. Adanya dukungan tersebut, diharapkan akan meningkatkan *financial returns* perusahaan. *Financial returns* ini berupa bantuan pada pengembangan aset tidak berwujud terutama pada kemampuan dan sumber daya. Aset-aset ini dapat dijadikan sumber keunggulan kompetitif, karena perusahaan mampu menghasilkan diferensiasi di antara para kompetitornya.

Pada teori legitimasi juga dikemukakan motivasi lainnya. Dalam teori tersebut disebutkan bahwa perusahaan menunjukkan berbagai aktivitas sosial perusahaan agar perusahaan memperoleh penerimaan masyarakat akan tujuan perusahaan yang pada akhirnya akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Deegan, 2002). Oleh karena itu, perusahaan mempertimbangkan aktivitas serta pengungkapan CSR dengan harapan memperoleh legitimasi publik.

Berdasarkan studi empirik yang telah dilakukan menunjukkan bahwa aktivitas pengungkapan CSR beragam pada semua perusahaan, industri dan waktu (Hackston dan Milne, 1996). Studi empirik lain juga menunjukkan bahwa perilaku pengungkapan CSR sangat penting dan secara sistematis dipengaruhi oleh variasi perusahaan dan karakteristik industri yang memengaruhi biaya-manfaat pengungkapan seperti informasi (Belkaoui dan Karpik, 1989).

Banyak faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR. Pada penelitian yang dilakukan oleh Amran dan Devi (2008) ada enam faktor yang diindikasikan memengaruhi pengungkapan CSR di Malaysia. Faktor-faktor tersebut adalah *foreign shareholder*, *government shareholding*, *dependence on government*, *dependence on foreign partner*, *industry*, *size*, dan *profitability*.

Penelitian ini melanjutkan penelitian Amran dan Devi (2008) dengan mengadopsi beberapa faktor dan menambahkan faktor baru. Faktor yang diadopsi adalah faktor kepemilikan asing (*foreign shareholding*), tipe industri, ukuran perusahaan (*size*), dan profitabilitas. Alasan peneliti tidak mengadopsi variabel *government shareholding*, *dependence on government*, dan *dependence on foreign partner* karena peneliti menggantikannya dengan variabel kepemilikan institusional. Menurut Nurlela dan Islahuddin (2008), perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen. Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan yang diharapkan juga dapat bertindak sebagai pencegahan terhadap pemborosan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan tersebut.

Faktor lain yang ditambahkan dalam penelitian ini adalah variabel *leverage*. Semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak hutang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di



masa depan (Scoot, 2009). Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang tinggi akan sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

Penelitian yang dilakukan Hasibuan (2001), Hossain *et al* (2006), dan Amran dan Devi (2008) menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif antara tanggung jawab sosial perusahaan dengan profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSRnya. Oleh karena itu, semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi mencerminkan risiko keuangan perusahaan tersebut semakin besar karena hutang akan menimbulkan keterikatan yang tetap bagi perusahaan berupa kewajiban untuk membayar beban bunga beserta cicilan kewajiban pokok secara periodik, dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang lebih rendah. Berdasarkan teori keagenan, tingkat penggunaan hutang yang lebih tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat oleh perusahaan agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Belkaoui dan Karpik (1989) menemukan hubungan yang negatif antara variabel *leverage* dan pengungkapan CSR pada laporan tahunan

perusahaan. Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) menunjukkan tidak ada hubungan antara *leverage* dengan CSR.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori keagenan yang menjelaskan bahwa perusahaan yang besar mengungkapkan lebih banyak informasi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan besar pada umumnya mempunyai jenis produk yang banyak, sistem informasi yang canggih, serta struktur kepemilikan yang lengkap, sehingga memungkinkan dan membutuhkan tingkat pengungkapan secara luas. Penelitian yang dilakukan Belkaoui dan Karpik (1989), Hackston dan Milne (1996), Gray *et al* (1995), Yuniarti (2003), Sembiring (2005), Fauzi *et al* (2007) dan Machmud dan Djakman (2008) menunjukkan hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan sosial. Sementara Angraini (2006) dan Hossain *et al* (2006) tidak menemukan hubungan dari kedua variabel tersebut.

Selain itu, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga dipengaruhi oleh tipe industri perusahaan. Perusahaan *high profile* lebih mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dibandingkan perusahaan *low profile*. Hal ini disebabkan oleh perusahaan yang *high profile* memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungannya, tingkat risiko politik yang tinggi atau tingkat kompetisi yang ketat sehingga mendapat sorotan yang lebih dari masyarakat dibandingkan dengan perusahaan yang *low profile*. Penelitian yang menunjukkan hubungan antara tipe industri

dengan pengungkapan informasi sosial adalah Hackston dan Milne (1996), Gray *et al* (2001), Hasibuan (2001), Yuniarti (2003), Sembiring (2005), Hossain *et al* (2006) dan Anggraini (2006).

Struktur kepemilikan perusahaan timbul akibat adanya perbandingan jumlah pemilik saham dalam perusahaan. Sebuah perusahaan dapat dimiliki oleh seseorang secara individu, masyarakat luas, pemerintah, maupun pihak asing. Perbedaan dalam proporsi saham yang dimiliki oleh investor dapat memengaruhi tingkat kelengkapan pengungkapan oleh perusahaan. Semakin banyak pihak yang butuh informasi tentang perusahaan, maka semakin detail pula pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan.

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham oleh pemerintah, institusi keuangan, institusi berbadan hukum, institusi luar negeri, dan perwalian serta institusi lainnya pada akhir tahun. Kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam proses *monitoring* manajemen. Adanya kepemilikan oleh institusional akan mendorong pengawasan yang lebih optimal. Semakin tinggi kepemilikan institusional maka akan mengurangi perilaku *opportunistic* manajer yang dapat mengurangi biaya keagenan (*agency cost*) yang diharapkan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Machmud dan Djakman (2008) semakin besar kepemilikan saham institusional maka semakin efektif pemanfaatan aktiva perusahaan dan diharapkan dapat bertindak sebagai pencegahan terhadap pemborosan

aktiva yang dilakukan oleh manajemen. Hal ini dapat menjadi pendorong bagi perusahaan untuk melakukan pengungkapan terhadap tanggung jawab sosial.

Bentuk struktur kepemilikan yang lain adalah kepemilikan asing. Kepemilikan asing dalam perusahaan merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (Machmud dan Djakman, 2008). Negara-negara Eropa dan Amerika merupakan negara-negara yang sangat memperhatikan isu-isu sosial, seperti pelanggaran hak asasi manusia, pendidikan, tenaga kerja, dan isu lingkungan seperti, efek rumah kaca, pembalakan liar, serta pencemaran air.

Kepemilikan asing di Indonesia dalam dua dekade terakhir mengalami kenaikan yang sangat pesat. Oleh karena itu, kepemilikan asing memengaruhi pertumbuhan ekonomi dan pola kompetisi. Pertumbuhan yang pesat dari kepemilikan asing ini membuat perusahaan asing mengalami tekanan dari masyarakat sekitar. Jika perusahaan asing tidak mampu memberikan manfaat bagi sosial dan lingkungannya, maka akan memperburuk reputasi perusahaan asing di masyarakat (Fauzi, 2006), sedangkan Amran dan Devi (2008) menemukan hasil yang berbeda.

Periode penelitian yang digunakan yaitu enam tahun (2005 -2010) karena tahun 2007 dikeluarkan UU Perseroan Terbatas tentang diwajibkannya perseroan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga diteliti periode sebelum dan sesudah dikeluarkannya

UU Perseroan Terbatas. Penelitian ini juga membandingkan luas pengungkapan sebelum dan sesudah dikeluarkannya UU Perseroan Terbatas. Hal ini dilakukan antara lain untuk mengetahui efektivitas berlakunya UU tersebut yang proksinya adalah luas pengungkapan CSR. Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini diberi judul **“Faktor-faktor yang Memengaruhi Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan pada Laporan Tahunan Perusahaan di Bursa Efek Indonesia”**.

### **Rumusan Masalah**

Tanggung jawab sosial merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Hal ini berdampak pada pengungkapan perusahaan atas tanggung jawab sosial dalam laporan tahunannya. Hal ini merujuk pada munculnya konflik keagenan akibat adanya perbedaan kepentingan antara pihak prinsipal dan agen.

Banyak faktor yang memengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan CSR dalam laporan tahunannya, baik faktor internal maupun eksternal perusahaan. Faktor internal antara lain manajemen perusahaan, karyawan, kondisi perusahaan, serta pemegang saham selain publik. Faktor eksternal

perusahaan adalah pemegang saham publik, masyarakat luas dan lingkungan, pemerintah, serta kondisi ekonomi.

Pada tanggal 20 Juli 2007 pemerintah mengesahkan Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang mengatur kewajiban perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berlakunya UU Perseroan Terbatas ini diharapkan dapat meningkatkan luas pengungkapan CSR yang semula bersifat *voluntary* menjadi bersifat *mandatory* bagi perusahaan.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
3. Apakah size perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
4. Apakah tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
5. Apakah kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
6. Apakah kepemilikan asing berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
7. Apakah ada perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya UU Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris terhadap hal-hal tersebut di atas antara lain:

1. Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.
2. Untuk menguji pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR.
3. Untuk menguji pengaruh *size* perusahaan terhadap pengungkapan CSR.
4. Untuk menguji pengaruh tipe industri terhadap pengungkapan CSR.
5. Untuk menguji pengaruh kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR.
6. Untuk menguji pengaruh kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR.
7. Perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya UU No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan, khususnya mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dan faktor-faktor yang memengaruhi

tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi para pembaca khususnya investor, maupun calon investor dalam melakukan analisis laporan keuangan sebagai bahan pertimbangan terkait dengan pengambilan keputusan investasi.

## 3. Manfaat Kebijakan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pemerintah dan lembaga-lembaga pembuat peraturan lainnya seperti Bapepam, IAI dan sebagainya, mengenai sejauh mana pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang telah dilakukan perusahaan, serta dapat mempertimbangkan suatu standar pelaporan CSR yang sesuai dengan kondisi di Indonesia.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

Landasan teori yang digunakan untuk menjelaskan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan dan faktor-faktor yang memengaruhinya dalam penelitian ini adalah teori *stakeholder*. Teori ini menjelaskan hubungan antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Selain itu, teori keagenan dan teori legitimasi juga digunakan dalam mendukung penelitian ini. Teori keagenan menggambarkan mengenai adanya konflik kepentingan yang dapat memotivasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada laporan tahunan perusahaan. Sedangkan teori legitimasi menyatakan jika perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya maka perusahaan harus dapat meyakinkan aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Adapun uraian penjelasan mengenai teori sebagai berikut.

## 1. Teori *Stakeholder*

Pada mulanya, pemegang saham dianggap sebagai satu-satunya *stakeholder* dalam perusahaan. Friedman (1962) menyatakan bahwa tujuan utama perusahaan untuk memaksimalkan kemakmuran pemiliknya. Pengertian *stakeholder* dikembangkan lagi oleh Freeman (1984) dalam Robert (1992) yang menyatakan ketidaksetujuannya dengan pandangan ini dan memperluas definisi *stakeholder* dengan memasukkan konstituen yang lebih banyak, termasuk kelompok yang dianggap tidak menguntungkan (*adversarial group*) seperti pihak yang memiliki kepentingan tertentu dan *regulator*.

Definisi *stakeholder* lainnya menurut Freeman dan McVea (2001) adalah setiap kelompok atau individu yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Dalam hal ini, *stakeholder* dapat dibagi menjadi dua berdasarkan karakteristiknya yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder (Clarkson, 1995). *Stakeholder* primer adalah seseorang atau kelompok yang tanpanya perusahaan tidak dapat bertahan untuk *going concern*, meliputi: *shareholder* dan investor, karyawan, konsumen dan pemasok, bersama dengan yang didefinisikan sebagai *stakeholder* publik, yaitu pemerintah dan komunitas. Kelompok *stakeholder* sekunder didefinisikan sebagai mereka yang memengaruhi, atau dipengaruhi

perusahaan, namun mereka tidak berhubungan dengan transaksi perusahaan dan tidak esensial kelangsungannya.

Dari dua jenis *stakeholder* di atas, *stakeholder* primer adalah *stakeholder* yang paling berpengaruh bagi kelangsungan perusahaan karena mempunyai *power* yang cukup tinggi terhadap ketersediaan sumber daya perusahaan. Oleh karena itu, ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang memuaskan keinginan *stakeholder* (Ghozali dan Chariri, 2007). Lebih lanjut lagi teori *stakeholder* umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk *manage stakeholdernya* (Gray *et al*, 1996).

Praktik pengungkapan CSR memainkan peran yang penting bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan hidup di lingkungan masyarakat, dan kemungkinan aktivitasnya memiliki dampak sosial dan lingkungan. Adanya pengungkapan CSR ini, diharapkan perusahaan mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan serta mengelola *stakeholder* agar mendapat dukungan dari para *stakeholder* yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan khususnya para kelompok *stakeholder* yang sangat memperhatikan isu-isu yang sedang terjadi. Hal ini sesuai dengan Preston dan Post (1975 p.2) yang mengatakan bahwa “karena unit bisnis merupakan elemen yang penting dan besar dalam masyarakat, unit tersebut

diharapkan terus berinsentif dan berpartisipasi serta responsif dalam proses pengambilan keputusan sosial”.

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa para *stakeholder* memiliki hak untuk mengetahui semua informasi baik informasi *mandatory* maupun *voluntary*, informasi keuangan dan bukan keuangan. Dampak aktivitas perusahaan kepada *stakeholder* dapat diketahui melalui pertanggungjawaban yang diberikan perusahaan berupa informasi keuangan dan bukan keuangan (sosial).

## **2. Teori Keagenan**

Teori keagenan mengungkapkan adanya hubungan antara prinsipal (pemilik perusahaan atau pihak-pihak yang memberikan mandat) dan agen (manajer perusahaan atau pihak yang menerima mandat). Teori ini dilandasi pemikiran adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian perusahaan, pemisahan penanggung risiko, pembuatan keputusan dan pengendalian fungsi-fungsi (Jensen dan Meckling, 1976). Adanya pemisahan antara fungsi kepemilikan (*ownership*) dan fungsi pengendalian (*control*) dalam hubungan keagenan sering menimbulkan masalah-masalah keagenan (*agency problems*).

Adanya masalah keagenan mengakibatkan munculnya asimetris informasi di antara prinsipal dan agen. Manajer lebih mengetahui seluk beluk keuangan perusahaan dibandingkan pemilik. Oleh karena itu, manajer

seharusnya memberikan penjelasan kepada pemilik mengenai keadaan perusahaan yang sebenarnya. Hal ini didukung Gray *et al* (1987) bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan perluasan tanggung jawab organisasi di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal.

### **3. Teori Legitimasi**

Legitimasi suatu organisasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (Donovan *et al*, 2002). Legitimasi organisasi dapat di lihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Ghozali dan Chariri, 2007).

Gray *et al* (1996) menyatakan bahwa organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat. Adanya penerimaan dari masyarakat tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan, sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan. Hal tersebut dapat

mendorong atau membantu investor dalam melakukan pengambilan keputusan investasi.

Kegiatan perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan, sehingga praktik pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. Selain itu, praktik pengungkapan sosial dan lingkungan dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan baik dalam pengaruh yang baik maupun dampak yang buruk.

#### **4. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)**

Daniri (2008) mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap pihak-pihak yang berkepentingan, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya. Menurut Wikipedia Indonesia bahwa:

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan.

Sementara Darwin (2006) *corporate social responsibility* merupakan mekanisme bagi perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Menurut Gray *et al* (1987) perusahaan bertanggung jawab secara sosial ketika manajemennya memiliki visi atas kinerja operasional perusahaan dan juga dalam menjalankan aktivitasnya, memperhatikan lingkungan yang ada di sekitarnya.

Ide tanggung jawab sosial pada dasarnya adalah bagaimana perusahaan memberi perhatian kepada lingkungannya. Terhadap dampak yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan. Lebih lanjut Galuh (2010) menyatakan “selain menghasilkan keuntungan, perusahaan harus membantu memecahkan masalah-masalah social terkait atau tidak perusahaan ikut menciptakan masalah tersebut bahkan jika di sana tidak mungkin ada potensi keuntungan jangka pendek atau jangka panjang.

Konsep CSR dapat di lihat dari dua sudut pandang yang berbeda. Konsep pertama menyatakan bahwa tujuan perusahaan adalah mencari laba, sehingga CSR merupakan sebuah strategi dalam operasi bisnis. Konsep kedua menyatakan bahwa tujuan dari perusahaan mencari laba (*profit*), mensejahterakan orang (*people*) dan menjamin keberlangsungan hidup dari planet (*planet*).

Dauman dan Hargreaves (1975) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan dapat dibagi menjadi tiga level sebagai berikut:

1. *Basic Responsibility* (BR)

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

2. *Organization Responsibility* (OR)

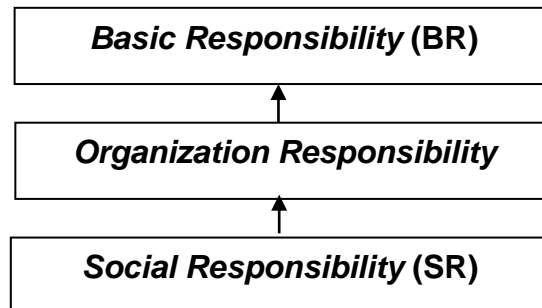
Pada level kedua ini, menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan “*stakeholder*” seperti pekerja, pemegang saham, dan masyarakat sekitarnya.

3. *Societal Responsibility* (SR)

Pada level ketiga, menunjukan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga masyarakat dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan, terlibat dengan apa yang terjadi dalam lingkungannya secara keseluruhan.



**Gambar 1 Tingkatan Tanggung Jawab Perusahaan**



Sumber: Dauman dan Hargreaves (1975)

Tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas pada kinerja keuangan perusahaan, tetapi juga harus bertanggung jawab terhadap masalah sosial yang ditimbulkan oleh aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Tanggung jawab sosial adalah suatu bentuk pertanggungjawaban yang seharusnya dilakukan perusahaan, atas dampak positif maupun dampak negatif yang ditimbulkan dari aktivitas operasionalnya yang berpengaruh terhadap masyarakat internal maupun eksternal dalam lingkungan perusahaan. Selain melakukan aktivitas yang berorientasi pada laba, perusahaan perlu melakukan aktivitas lain, misalnya aktivitas untuk menyediakan lingkungan kerja yang aman bagi karyawannya, menjamin bahwa proses produksinya tidak mencemarkan lingkungan sekitar perusahaan, melakukan penempatan tenaga kerja secara jujur, menghasilkan produk yang aman bagi para konsumen, dan menjaga lingkungan eksternal untuk mewujudkan kepedulian sosial perusahaan.

Kotler dan Lee (2005) menyatakan bahwa partisipasi perusahaan dalam berbagai bentuk tanggung jawab sosial dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, antara lain :

- a) meningkatkan penjualan dan *market share*,
- b) memperkuat *brand positioning*,
- c) meningkatkan *image* dan pengaruh perusahaan,
- d) meningkatkan kemampuan untuk menarik hati, memotivasi, dan mempertahankan (*retain*) karyawan
- e) menurunkan biaya operasional, dan
- f) meningkatkan hasrat bagi investor untuk berinvestasi.

## **5. Pengungkapan CSR**

Pengungkapan dapat diartikan sebagai pengeluaran informasi. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengungkapan (*disclosure*) yaitu: (1) untuk siapa informasi diungkapkan, (2) apa tujuan informasi tersebut, (3) berapa banyak informasi yang diungkapkan. Berapa banyak informasi yang harus diungkapkan tidak hanya tergantung pada keahlian pembaca, namun juga tergantung pada standar yang dianggap cukup.

Effendi (2009) mengatakan bahwa terdapat dua hal yang mendorong perusahaan menerapkan CSR, yaitu faktor yang berasal dari luar perusahaan dan dari dalam perusahaan. Yang termasuk ke dalam faktor pendorong dari

luar perusahaan adalah adanya regulasi, hukum dan diwajibkan analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL) dari operasi perusahaan.

Dalam peraturan nasional, ketentuan tentang kewajiban sosial dan lingkungan perusahaan dapat dijumpai dalam Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yaitu: 1) perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, 2) tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana yang dimaksud pada ayat 1 merupakan kewajiban perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran, 3) perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan 4) ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah. Penjelasan mengenai perseroan dalam pasal tersebut adalah perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam. Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, akan membawa perubahan besar terhadap manajemen perusahaan. Perseroan terbatas didorong untuk mengelola usahanya secara profesional.

Effendi (2009), faktor pendorong dari dalam perusahaan yaitu bersumber dari perilaku manajemen dan pemilik perusahaan (*stakeholders*), termasuk tingkat kepedulian atau tanggung jawab perusahaan untuk

membangun masyarakat sekitar. Deegan (2002) menyebutkan ada berbagai motivasi yang mendorong manajer untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan, yaitu:

- a. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang ada dalam undang-undang.
- b. Pertimbangan rasionalitas ekonomi (*economic rationality*).
- c. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan.
- d. Keinginan untuk mematuhi persyaratan peminjaman.
- e. Untuk mematuhi harapan masyarakat.
- f. Sebagai konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
- g. Untuk *manage* kelompok *stakeholder* tertentu yang *powerfull*.
- h. Untuk menarik dana investasi.
- i. Untuk mematuhi persyaratan industri, atau *code of conduct* tertentu.
- j. Untuk memenangkan penghargaan pelaporan tertentu.

Tanggung jawab sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan tahunan yang disebut *sustainability report*. *Sustainability reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

*Sustainability reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan, dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi. Salah satu panduan pelaporan yang banyak digunakan sebagai standar pelaporan saat ini oleh perusahaan adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI adalah

sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan berkelanjutan dan berkomitmen terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)). GRI digagas oleh PBB melalui *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) dan UNEP pada tahun 1997.

Kerangka pelaporan GRI ditujukan sebagai sebuah kerangka yang dapat diterima secara umum dalam melaporkan kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial dari organisasi. Kerangka ini didesain untuk digunakan oleh berbagai organisasi yang berbeda ukuran, sektor dan lokasinya. Kerangka pelaporan GRI mengandung isi yang bersifat umum dan sektor yang bersifat spesifik, yang telah disetujui oleh berbagai pemangku kepentingan di seluruh dunia dan dapat diaplikasikan secara umum dalam melaporkan kinerja berkelanjutan dari sebuah organisasi.

Dalam GRI dijelaskan indikator-indikator tentang beberapa kategori CSR, seperti indikator kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak, hak asasi manusia serta tanggungjawab produk. Nurkhin (2009) mengatakan bahwa indikator yang dikemukakan GRI dinilai kurang tepat digunakan dalam penelitian di Indonesia karena item-item dalam kategori GRI cakupannya terlalu dalam dan bersifat khusus, sedangkan di Indonesia kegiatan CSR yang dilakukan masih bersifat umum. Indikator lain yang dapat digunakan untuk mengukur pengungkapan CSR

adalah dengan menggunakan item-item yang terdapat dalam jurnal Hackston dan Milne (1996), yang menggunakan tujuh kategori yaitu, lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan, tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Kategori-kategori tersebut lebih cocok diaplikasikan pada kegiatan-kegiatan CSR yang dilakukan pada perusahaan di Indonesia.

Berdasarkan peraturan Bapepam No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item tersebut untuk diaplikasikan di Indonesia, maka kemudian dilakukan penyesuaian sehingga item yang sesuai dengan kondisi di Indonesia berjumlah 78 item pengungkapan. Secara lengkap item pengungkapan masing-masing aspek dapat di lihat pada lampiran 1.

Banyak faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR. Penelitian ini melanjutkan penelitian Amran dan Devi (2008) yang meneliti mengenai pengungkapan CSR di Malaysia. Faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini adalah faktor profitabilitas, *leverage*, *size*, tipe industri, struktur kepemilikan institusional dan struktur kepemilikan asing. Adapun uraian penjelasan masing-masing variabel adalah sebagai berikut.

## **6. Profitabilitas**

Di lihat dari definisi umumnya, profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham. Devina *et al* (2004) menyatakan bahwa profitabilitas

adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara luas. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosialnya.

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

Hackston dan Milne (1996), Sembiring (2005) dan Amran dan Devi (2008) meneliti tentang bagaimana hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Dan semua hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Anggraini (2006) menyatakan bahwa hubungan profitabilitas dan pengungkapan CSR merupakan isu kontrversial untuk dipecahkan. Oleh karena itu peneliti mengambil variabel profitabilitas sebagai salah satu variabel dependen dalam penelitian ini.

## 7. *Leverage*

Rasio *leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat risiko tak tertagihnya suatu hutang. Struktur modal perusahaan biasanya terdiri dari modal internal dan eksternal. Modal yang diperoleh dari pihak eksternal berupa pinjaman dari kreditur. Penggunaan pinjaman tersebut tentunya menuntut adanya pertanggungjawaban perusahaan baik dalam pemakaian maupun pengembalian pinjaman. Pihak kreditur akan selalu memantau dan memerlukan informasi mengenai keadaan finansial debitur untuk meyakinkan bahwa debitur akan dapat memenuhi kewajibannya pada saat jatuh tempo.

Belkaoui dan Karpik (1989) keputusan untuk mengungkapkan CSR akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mengakibatkan pengawasan yang tinggi dilakukan oleh *debtholder* terhadap aktivitas perusahaan. Sesuai dengan teori keagenan maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) yang tidak menemukan hubungan antara *leverage* dengan pengungkapan CSR.



## **8. Size (Ukuran Perusahaan)**

Ukuran suatu perusahaan dapat memengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Teori keagenan menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar dari perusahaan kecil (Jensen dan Meckling, 1976). Oleh karena itu perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mengurangi biaya keagenan tersebut.

Perusahaan besar juga akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoretis 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 (Hasibuan, 2001). Pengungkapan kepedulian pada lingkungan melalui laporan keuangan membantu perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Penjelasan lain yang juga sering di ajukan adalah perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar, sehingga perusahaan perlu dan mampu untuk membiayai penyediaan informasi untuk keperluan 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 dengan sumber daya yang relatif kecil mungkin tidak memiliki informasi siap saji sebagaimana perusahaan besar, sehingga perlu ada tambahan biaya yang relatif besar untuk dapat melakukan pengungkapan selengkap yang dilakukan perusahaan besar. Perusahaan kecil umumnya berada pada situasi persaingan yang ketat dengan perusahaan lain. Mengungkapkan terlalu banyak tentang jati dirinya kepada pihak eksternal dapat membahayakan posisinya dalam persaingan sehingga perusahaan kecil cenderung tidak melakukan pengungkapan selengkap perusahaan besar (Singhvi dan Desai, 1971). Penelitian yang menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain Belkaoui dan Karpik (1989), Hackston dan Milne (1996), Hasibuan (2001), Sembiring (2005), Anggraini (2006) serta Amran dan Devi (2008).

## **9. Tipe Industri**

Tipe industri dibedakan menjadi dua jenis, yaitu industri yang *high-profile* dan industri yang *low-profile*. Robert (1992) menggambarkan industri yang *high-profile* sebagai perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan (*consumer visibility*), tingkat risiko politik yang tinggi atau tingkat kompetisi yang ketat. Keadaan tersebut membuat perusahaan menjadi lebih mendapatkan sorotan oleh masyarakat luas

mengenai aktivitas perusahaannya. Sebaliknya industri *low-profile* adalah perusahaan yang memiliki tingkat *consumer visibility*, tingkat risiko politik, dan tingkat kompetisi yang rendah, sehingga tidak terlalu mendapat sorotan dari masyarakat luas mengenai aktivitas perusahaannya meskipun dalam melakukan aktivitasnya tersebut perusahaan melakukan kesalahan atau kegagalan pada proses maupun hasil produksinya.

Klasifikasi tipe industri yang di uraikan oleh banyak peneliti terdahulu sifatnya sangat subyektif dan berbeda-beda. Roberts (1992) mengelompokkan perusahaan otomotif, penerbangan dan minyak sebagai industri yang *high-profile*, sedangkan Diekers dan Perston (1977) mengatakan bahwa industri ekstraktif merupakan industri yang *high-profile*. Patten (1992) mengelompokkan industri pertambangan, kimia, dan kehutanan sebagai industri *high-profile*. Atas dasar pengelompokan di atas, maka penelitian ini mengelompokkan industri migas, kehutanan, pertanian, pertambangan, perikanan, kimia, otomotif, transportasi, telekomunikasi, barang konsumsi, makanan dan minuman, kertas, farmasi, plastik, dan konstruksi sebagai industri yang *high-profile*. Alasan pemilihan industri tersebut adalah perusahaan – perusahaan tersebut merupakan *regulated company*. Adapun regulasi yang berkaitan dengan bidang – bidang tersebut antara lain:

1. Undang - undang Minyak dan Gas No. 22 tahun 2001
2. Undang - undang Pertambangan Umum No. 11 tahun 1967

3. Undang - undang No. 23 tahun 1997 Mengenai Kinerja Pengelolaan Lingkungan Perusahaan
4. Undang - undang Telekomunikasi No. 36 tahun 1999 di mana menyatakan bahwa penyelenggaraan telekomunikasi salah satunya mengikutsertakan peran masyarakat.
5. Peraturan yang berhubungan dengan pengelolaan Hutan

Hackston dan Milne (1996) dan Amran dan Devi (2008) menunjukkan hubungan antara tipe industri dengan pengungkapan CSR. Hasil penelitiannya menunjukkan hubungan yang lebih kuat antara perusahaan dalam industri yang *high-profile* dibandingkan dengan industri yang *low-profile*.

## **10. Struktur Kepemilikan**

Struktur kepemilikan merupakan salah satu dari karakteristik perusahaan. Karena pengaruh tekanan global yang meminta transparansi dan akuntabilitas serta isu-isu global yang di hadapi perusahaan multinasional, para investor sekarang juga mempertimbangkan kinerja keuangan dan kinerja sosial dalam keputusan investasinya. Dalam suatu perusahaan, ada dua jenis *shareholder* yaitu *affiliated shareholder* dan *non affiliated shareholder*. *Non affiliated shareholder* merupakan pemegang saham yang tidak terkait langsung dengan kegiatan perusahaan, seperti

kepemilikan saham oleh institusi dan individu. *Affiliated shareholder* merupakan pemegang saham yang terkait langsung dengan aktivitas perusahaan, seperti *manager* dan *blockholder*. Struktur kepemilikan dalam penelitian ini merupakan kepemilikan institusional domestik dan kepemilikan asing.

#### **a) Struktur Kepemilikan Institusional**

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham yang mayoritas dimiliki oleh institusi atau lembaga (perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, *asset management* dan kepemilikan institusi lain). Kepemilikan institusional merupakan pemegang saham terbesar sehingga merupakan sarana untuk memonitor manajemen (Machmud dan Djakman, 2008). Investor institusional dapat meminta manajemen perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial dalam laporan tahunannya untuk transparansi kepada *stakeholders* untuk memperoleh legitimasi dan menaikkan nilai perusahaan melalui mekanisme pasar modal sehingga memengaruhi harga saham perusahaan (Brancato dan Gaughan, 1991).

Coffey dan Fryxell (1991) menemukan bahwa tingkat pengungkapan *corporate social performance* yang tinggi akan menarik investor, khususnya investor institusional. Terdapat hubungan yang positif antara kepemilikan institusional dengan daya tangkap terhadap isu sosial oleh perusahaan yang ditunjukkan oleh jumlah wanita yang termasuk dalam jajaran direktur,

sedangkan tidak ada hubungan antara kepemilikan institusional dengan tanggung jawab sosial yang ditunjukkan oleh kegiatan sosial yang bersifat memberi bantuan.

Machmud dan Djakman (2008) menemukan bahwa kepemilikan institusi yang terdiri dari perusahaan perbankan, asuransi, dana pensiun, dan *asset management* di Indonesia belum mempertimbangkan tanggung jawab sosial sebagai salah satu kriteria dalam melakukan investasi, sehingga para investor institusi ini juga cenderung tidak menekan perusahaan untuk mengungkapkan CSR secara detail (menggunakan indikator GRI dalam laporan tahunan perusahaan).

#### **b) Struktur Kepemilikan Asing**

Kepemilikan asing merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh multinasional. Kepemilikan asing dalam perusahaan merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan (Machmud dan Djakman, 2008). Seperti diketahui, negara-negara luar terutama Eropa dan Amerika merupakan negara-negara yang sangat memperhatikan isu-isu sosial seperti pelanggaran hak asasi manusia, pendidikan, tenaga kerja, dan isu lingkungan seperti efek rumah kaca, pembalakan liar, serta pencemaran air (Machmud dan Djakman, 2008). Hal ini juga yang menjadikan beberapa tahun ini, perusahaan multinasional mulai mengubah perilaku mereka dalam beroperasi demi menjaga legitimasi dan

reputasi perusahaan. Perusahaan multinasional atau dengan kepemilikan asing utamanya melihat keuntungan legitimasi berasal dari para *stakeholder*-nya di mana secara tipikal berdasarkan atas *home market* (pasar tempat beroperasi) yang dapat memberikan eksistensi yang tinggi dalam jangka panjang (Barkemeyer, 2007).

Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu media yang dipilih untuk memperlihatkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat disekitarnya. Apabila perusahaan memiliki kontrak dengan *foreign stakeholders* baik dalam *ownership* dan *trade*, maka perusahaan akan lebih didukung dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Tanimoto dan Suzuki (2005) melihat luas adopsi GRI dalam laporan tanggung jawab sosial pada perusahaan publik di jepang, membuktikan kepemilikan asing pada perusahaan publik di jepang menjadi faktor pendorong terhadap adopsi GRI dalam pengungkapan tanggung jawab sosial.

Berbeda dengan hasil penelitian oleh Marwata (2001) menemukan bahwa tidak ada hubungan antara struktur kepemilikan asing terhadap pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan Indonesia. Konsisten dengan hasil penelitian Marwata (2001), Machmud dan Djakman (2008) dan Amran dan Devi (2008) menemukan bahwa tidak ada pengaruh antara kepemilikan asing terhadap CSR *disclosure*.

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini merujuk pada penelitian yang dilakukan Amran dan Devi (2008) mengenai CSR di Malaysia. Pada penelitian Amran dan Devi (2008) ada enam faktor yang diindikasikan memengaruhi pengungkapan CSR di Malaysia. Faktor-faktor tersebut antara lain *foreign shareholder*, *government shareholding*, *dependence on government*, *dependence on foreign partner*, dan menambahkan 3 variabel kontrol yaitu *industry*, *size*, dan *profitability*. Faktor yang diadopsi adalah faktor profitabilitas (*profitability*), ukuran perusahaan (*size*), tipe industri (*industry type*), dan faktor kepemilikan asing (*foreign shareholding*), sedangkan faktor baru yang dimaksudkan adalah *leverage* dan struktur kepemilikan institusional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah berpengaruh terhadap perkembangan CSR di Malaysia, sedangkan afiliasi dengan pihak asing tidak menunjukkan pengaruh terhadap perkembangan CSR di Malaysia. Dari ketiga variabel kontrol *size* dan tipe industri yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian lain mengenai CSR yaitu Belkaoui dan Karpik (1989) meneliti hubungan antara kinerja sosial (*social performance*), biaya kontrak dan monitor (*control and monitoring cost*), visibilitas politik (*political visibilities*) dan kinerja ekonomi (*economic performance*) terhadap pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian ini menemukan hubungan yang positif antara kinerja sosial dan visibilitas politik (diproksikan dengan *size*) terhadap pengungkapan sosial perusahaan dan negatif antara *financial*



*leverage* (diproksikan dengan biaya kontrak dan monitor) terhadap pengungkapan sosial perusahaan. Penelitian ini tidak berhasil menemukan hubungan antara kinerja ekonomi yang diproksikan dengan profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan sosial perusahaan.

Hackston dan Milne (1996) melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang menentukan pengungkapan sosial dan lingkungan di Selandia Baru. Hackston dan Milne menggunakan metode *content analysis* dengan menggunakan *checklist* sebagai alat untuk menentukan pengungkapan sosial dan lingkungan. Penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan dan tipe industri memengaruhi perusahaan dalam pengungkapan sosial dan lingkungan di Selandia Baru.

Sementara Gray *et al* (2001) melakukan penelitian pengungkapan tanggung jawab 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 memengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial.

Tanimoto dan Suzuki (2005) meneliti pengaruh kepemilikan institusional dan kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan publik yang ada di Jepang. Penelitian ini membuktikan bahwa kepemilikan asing pada perusahaan publik di Jepang menjadi faktor pendorong terhadap adopsi GRI dalam pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian Hossain *et al* (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 berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Faktor lain yang terbukti berpengaruh adalah tipe industri. Sementara variabel independen lainnya seperti *size*, *subsidiaries of multinasional company*, dan *audit firm* tidak terbukti mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Fauzi *et al* (2007) menguji jumlah investor institusional terhadap pengungkapan CSR dengan menggunakan ROA, ROE, *size* dan tipe industri sebagai variabel kontrol. Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan variabel kepemilikan institusi dan tipe industri tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Indonesia, sebagai salah satu negara berkembang juga melakukan kegiatan CSR. Hasibuan (2001) menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *size* dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR sedangkan kepemilikan publik, tipe industri dan basis perusahaan tidak menunjukkan adanya pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Yuniarti (2003) meneliti tentang pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Dengan mengambil sampel seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta sebelum tanggal 31 Desember 2000. Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa tingkat pengungkapan pertanggungjawab sosial pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta ternyata sangat rendah. Hal ini terlihat dari rendahnya nilai yang diperoleh dari sampel jika dibandingkan dengan maksimal skor yang diperoleh. Ukuran perusahaan mempengaruhi pengungkapan CSR walaupun rendah yaitu sekitar 7.8%. Tipe industri juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Sementara Sembiring (2005) melakukan penelitian mengenai hubungan antara karakteristik perusahaan dan pengungkapan CSR di Indonesia. Karakteristik perusahaan dalam penelitian ini terdiri atas ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri, ukuran dewan komisaris dan *leverage*. Penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan tipe industri memengaruhi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan di Indonesia.

Anggraini (2006) meneliti tingkat pengungkapan akuntansi CSR dan menguji faktor-faktor penentu yang digunakan perusahaan sebagai pertimbangan untuk mengungkapkan akuntansi CSR. Hasil penelitian menunjukkan ada lima faktor yang dapat dipertimbangkan perusahaan

dalam mengungkapkan akuntansi CSR, yaitu faktor kepemilikan manajemen, hutang, ukuran, tipe perusahaan, dan profitabilitas. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa hampir semua perusahaan melaporkan kinerja ekonomi karena sudah ditetapkan dalam PSAK 57. Kepemilikan manajemen dan jenis industri menjadi bahan pertimbangan oleh perusahaan untuk mengungkapkan akuntansi CSR.

Machmud dan Djakman (2008) mengadakan penelitian untuk menyelidiki kepemilikan asing dan kepemilikan institusional sebagai pertimbangan perusahaan dalam pengungkapan CSR pada laporan tahunan 2006. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepemilikan institusional dan kepemilikan asing tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini mengindikasikan bahwa kedua struktur kepemilikan tersebut tidak mempunyai perhatian terhadap pengungkapan CSR untuk membuat keputusan investasi.

Penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu (Amran dan Devi, 2008). Adapun yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

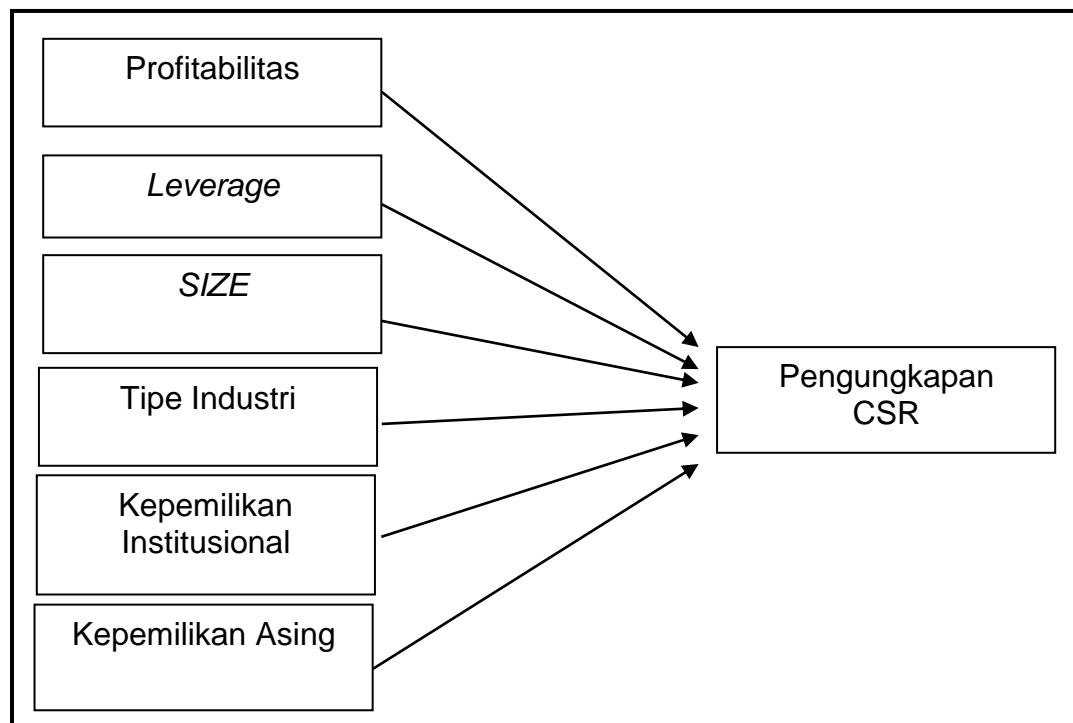
1. Penelitian ini menambahkan variabel *leverage* dan kepemilikan institusional sebagai variabel dependen.
2. Sampel dalam penelitian Amran dan Devi (2008) hanya memeriksa laporan tahunan untuk 1 tahun (2002), sedangkan penelitian ini

menggunakan analisis regresi dengan data *time series* dengan periode 6 tahun (2005-2010).

### C. Kerangka Konseptual

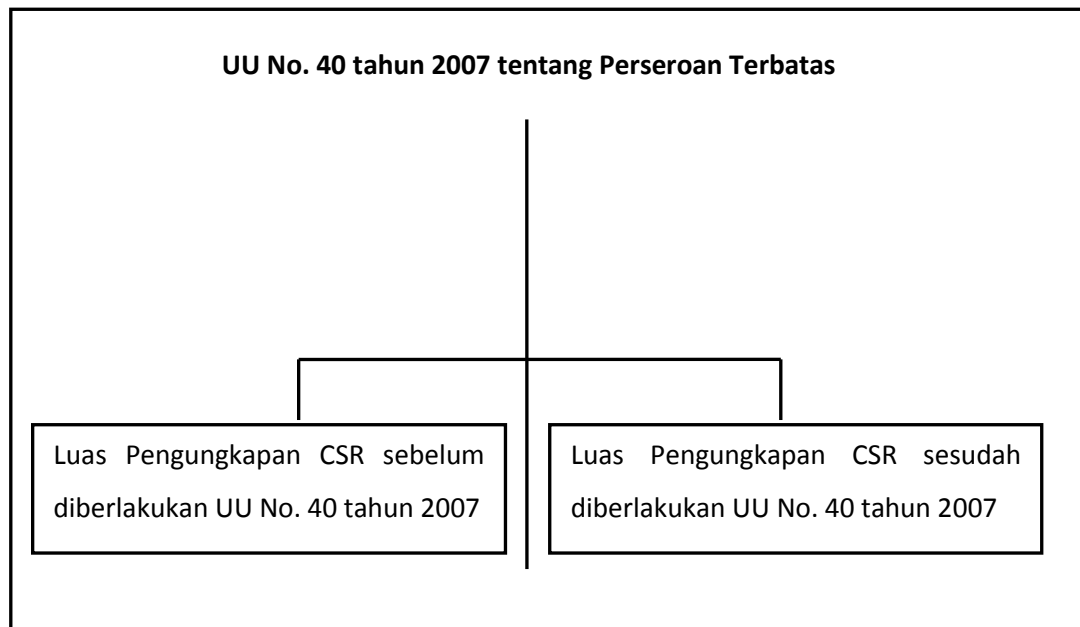
Berdasarkan analisis dalam landasan teori dan penelitian terdahulu yang menguji faktor – faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR, yaitu profitabilitas, *leverage*, *size*, tipe industri, kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing, serta perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya UU Nomor 40 tahun 2007 maka dibuat model penelitian seperti gambar berikut ini:

**Gambar 2 Hubungan antara variabel independen dan variabel dependen**



Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang disahkan pemerintah pada 20 Juli 2007 dan mulai diberlakukan pada 16 Agustus 2007 mengatur kewajiban perusahaan untuk memprogramkan dan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan berlakunya UU tentang Perseroan Terbatas diharapkan dapat meningkatkan luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.

**Gambar 3 Perbedaan luas pengungkapan sebelum dan sesudah diberlakukan UU No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas**



## **D. Pengembangan Hipotesis**

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu seperti yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian ini akan menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, *size*, tipe industri, kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR serta perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya UU Nomor 40 tahun 2007 dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

### **1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR**

Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas dapat menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya, karena semakin besar dividen (*dividend payout*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*insider*) menjadi meningkat *power*nya bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan dividen sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Adanya tawaran mendapatkan hasil keuntungan yang tinggi, diharapkan dapat menarik minat investor di dalam berinvestasi.

Gray *et al* (1995) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Penelitian yang menunjukkan adanya

pengaruh antara dua variabel yaitu Hasibuan (2001), Hossain *et al* (2006) dan Fauzi *et al* (2007). Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pertama yang akan diuji dalam penelitian ini yaitu:

H<sub>1</sub> : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

## **2. Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan CSR**

Sesuai dengan teori keagenan maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio hutang/ ekuitas) semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi. Oleh karena itu perusahaan dengan *leverage* yang tinggi akan sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

Penelitian yang menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain Belkaoui dan Karpik (1989). Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang akan di uji dalam penelitian ini yaitu:

H<sub>2</sub>: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR

## **3. Pengaruh *Size* Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR**

*Size* perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan luas pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan, karena pada umumnya perusahaan besar memiliki informasi



yang lebih lengkap dibandingkan perusahaan kecil sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial lebih besar dari pada perusahaan kecil.

Perusahaan yang besar memiliki kegiatan operasi yang lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Oleh karena itu, perusahaan lebih memperhatikan masalah sosial yang terjadi di dalam masyarakat karena secara langsung ataupun tidak langsung perusahaan memberikan dampak baik maupun buruk bagi masyarakat. Selain itu, perusahaan besar merupakan entitas yang banyak disoroti oleh pasar maupun publik secara umum. Mengungkapkan lebih banyak informasi merupakan bagian dari upaya perusahaan untuk mewujudkan akuntabilitas publik.

Penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain adalah penelitian Belkaoui dan Karpik (1989), Gray *et al* (1995), Hackston dan Milne (1996), Hasibuan (2001), Sembiring (2005), Fauzi *et al* (2007), Amran dan Devi (2008) dan Machmud dan Djakman (2008). Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini yaitu:

H<sub>3</sub>: *Size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

#### **4. Pengaruh Tipe Industri terhadap Pengungkapan CSR**

Para peneliti akuntansi sosial tertarik untuk menguji pengungkapan sosial pada berbagai perusahaan yang memiliki perbedaan karakteristik. Salah satu perbedaan karakteristik yang menjadi perhatian adalah tipe

industri, yaitu industri yang *high profile* dan industri yang *low profile*. Untuk membedakan kedua jenis industri tersebut, definisi yang diusulkan oleh Robert (1992) dapat dipergunakan. Robert mendefinisikan *high profile companies* sebagai perusahaan yang memiliki *consumer visibility*, tingkat risiko politik dan tingkat kompetisi yang tinggi.

Industri yang *high profile* diyakini melakukan pengungkapan sosial yang lebih banyak daripada industri yang *low profile*. Perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena hal ini akan meningkatkan *image* perusahaan dan memengaruhi penjualan. Selain itu, perusahaan *high profile* merupakan perusahaan yang mendapat sorotan dari masyarakat luas karena aktivitas operasinya berpotensi untuk berhubungan dengan masyarakat banyak. Penelitian yang telah membuktikan pengaruh antara tipe industri dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah penelitian Hackston dan Milne (1996), Gray *et al* (2001), Yuniarti (2003), Sembiring (2005), Anggraini (2006), Hossain *et al* (2006) dan Amran dan Devi (2008). Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>4</sub>: Tipe Industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

## 5. Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan CSR

Teori Kepemilikan (*Stakeholder*) (Freeman, 1984) mendefinisikan *stakeholder* seperti sebuah kelompok atau individual yang dapat memberi dampak atau terkena dampak oleh hasil tujuan perusahaan. Hal ini juga terkait dengan *stakeholder* yang berada di luar pemilik (manajer). Yang termasuk dalam *stakeholder* yaitu *shareholders, creditors, employees, costumers, suppliers, public interest group, dan governmental bodies* (Roberts, 1992). Roberts juga mengemukakan konsep *stakeholder* dibagi menjadi tiga model yaitu perencanaan perusahaan, kebijakan bisnis, dan *corporate social responsibility*.

Semua perusahaan yang berstatus *go public* yang telah terdaftar dalam BEI adalah perusahaan-perusahaan yang sebagian besar proporsi sahamnya dimiliki oleh publik, yang secara otomatis perusahaan harus melaporkan seluruh aktivitas dan keadaan perusahaan kepada publik. Masyarakat sebagai salah satu bagian dari pemegang saham berhak mengetahui keadaan perusahaan. Namun tingkat kepemilikan saham antara satu pihak dengan pihak lain yang terlibat adalah berbeda-beda.

Indikator kepemilikan institusional yang digunakan dalam penelitian konsisten dengan Machmud dan Djakman (2008) yaitu proporsi kepemilikan saham oleh investor institusi terhadap jumlah lembar saham yang beredar. Semakin tinggi rasio/ tingkat kepemilikan publik dalam saham perusahaan, maka perusahaan tersebut diprediksi akan melakukan pengungkapan yang

lebih tinggi. Hal ini terjadi karena adanya hubungan timbal balik yang kuat antara tanggung jawab perusahaan dengan pihak luar yaitu masyarakat (publik). Rasio kepemilikan publik adalah persentasi saham yang dimiliki oleh publik sesuai tercantum dalam laporan tahunan perusahaan. Berdasarkan asumsi di atas, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini yaitu:

H<sub>5</sub>: Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

## **6. Pengaruh Kepemilikan Asing terhadap Pengungkapan CSR**

Kepemilikan asing dalam perusahaan merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Berdasarkan kerangka pikir bahwa negara-negara asing cenderung lebih perhatian terhadap aktivitas dan pengungkapan CSR. Hal ini terlihat dari tingginya kepedulian terhadap kasus-kasus sosial yang sering terjadi seperti pelanggaran HAM, pendidikan, tenaga kerja, dan kasus lingkungan seperti *global warming*, pembalakan liar, serta pencemaran air. Negara-negara asing cenderung lebih perhatian terhadap aktivitas serta pengungkapan CSR. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu media yang dipilih untuk memperlihatkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya. Dengan kata lain, apabila perusahaan di Indonesia memiliki kontrak dengan kepemilikan asing baik dalam *ownership* dan *trade*, maka perusahaan akan lebih didukung dalam pengungkapan tanggung jawab sosial.

Banyak peneliti yang menggunakan kepemilikan asing sebagai variabel independen yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Penelitian yang dilakukan Tanimoto dan Suzuki (2005) dalam melihat luas adopsi GRI dalam laporan pertanggungjawaban sosial pada perusahaan publik di Jepang, membuktikan bahwa kepemilikan asing pada perusahaan publik di Jepang menjadi faktor pendorong terhadap adopsi GRI dalam pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian Tanimoto dan Suzuki (2005) berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amran dan Devi (2008) yang menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Berdasarkan uraian di atas dan ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>6</sub>: Kepemilikan Asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

#### **7. Perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya UU Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas**

Pengungkapan tanggung jawab perusahaan sebelum berlakunya UU PT dapat dikatakan sangat minim, hal ini dapat dibuktikan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuniarti (2003) pada perusahaan yang terdaftar di BEJ sebelum tanggal 31 Desember 2000 yang mengatakan bahwa tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan yang terdaftar di BEJ ternyata sangat rendah. Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang disahkan pemerintah pada 20 Juli 2007 dan mulai

diberlakukan 16 Agustus 2007 mengatur kewajiban perusahaan untuk memprogramkan dan melaksanakan tanggungjawab sosial perusahaan atau lebih dikenal *Corporate Social Responsibility* (CSR). Undang-undang tersebut diumumkan pada perusahaan yang kegiatan usahanya dalam bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam. Adanya peraturan yang harus ditaati oleh perusahaan maka semakin luas pengungkapan yang harus dilakukan terkait pelaksanaan peraturan tersebut.

Berlakunya UU Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas diharapkan dapat meningkatkan luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan karena CSR yang semula bersifat *voluntary* menjadi bersifat *mandatory* bagi perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>7</sub>: Terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.