

**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
 BAB III: METODE PENELITIAN	
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
 BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
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 21st 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.

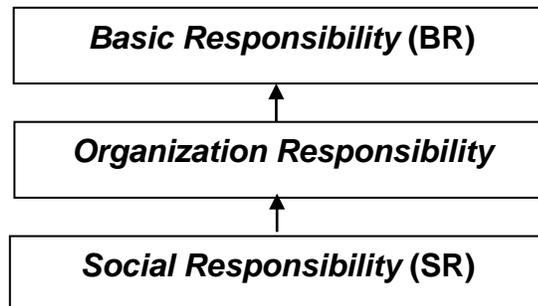
2. *Organization Responsibility* (OR)

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). 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:

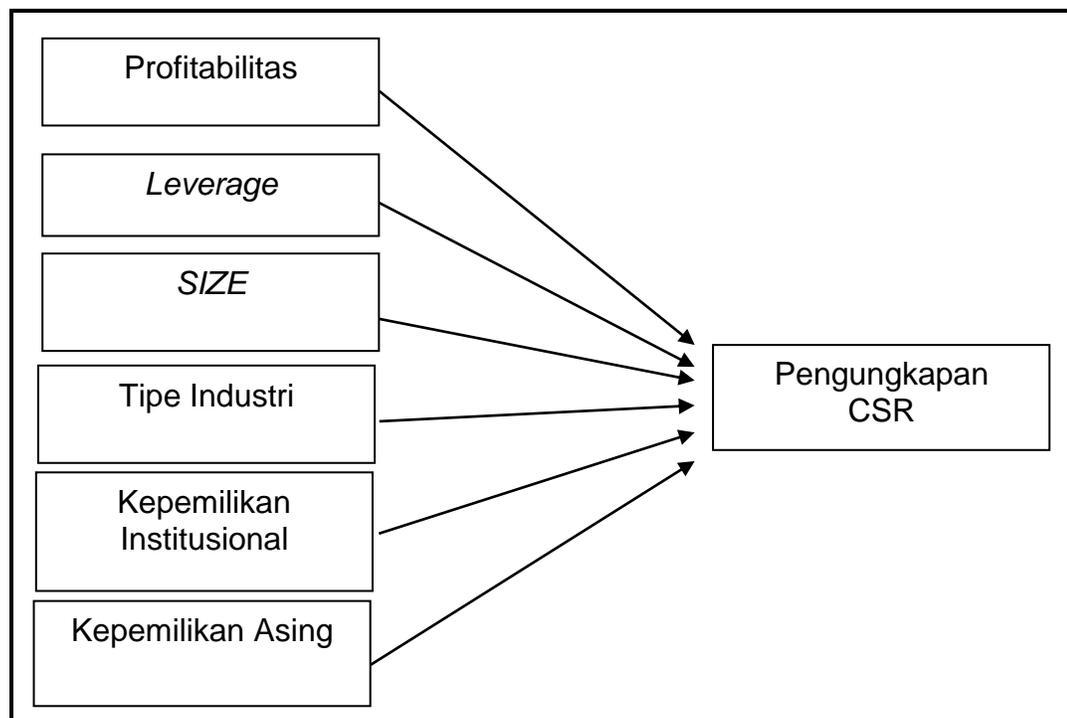
1. Penelitian ini menambahkan variabel *leverage* dan kepemilikan institusional sebagai variabel dependen.
2. Sampel dalam penelitian Amran dan Devi (2008) hanya memeriksa laporan tahunan untuk 1 tahun (2002), sedangkan penelitian ini

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

C. Kerangka Konseptual

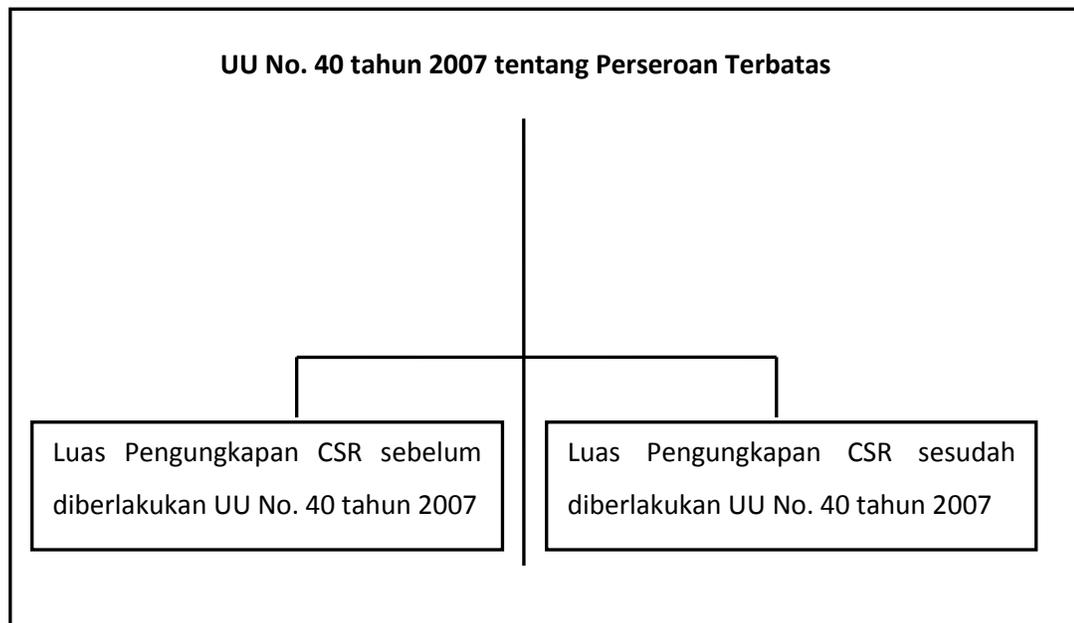
Berdasarkan analisis dalam landasan teori dan penelitian terdahulu yang menguji faktor – faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR, yaitu profitabilitas, *leverage*, *size*, tipe industri, kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing, serta perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah 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:

H₁ : 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:

H₂: *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:

H₃: *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:

H₄: 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:

H₅: 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:

H₆: 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:

H₇: Terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh variabel profitabilitas, *leverage*, *size* perusahaan, tipe industri, kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR serta perbedaan luas pengungkapan CSR sebelum dan sesudah dikeluarkannya UU No. 40 tahun 2007. Variabel-variabel ini diperoleh melalui kajian teoretis dan empiris yang dilakukan peneliti. Berdasarkan kajian-kajian tersebut dirumuskan pokok permasalahan dan hipotesis penelitian. Sebelum dilakukan pengujian secara statistik, ditentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sumber datanya, dan metode pengumpulan datanya. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan untuk menjawab permasalahan yang ada. Langkah terakhir dari penelitian ini adalah membuat suatu kesimpulan dan saran penelitian.

B. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2005-2010. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 420 perusahaan. Teknik pengumpulan sampel dalam

penelitian ini adalah dengan menggunakan *purposive sampling*. Kriteria yang dipakai sebagai sampel penelitian ini adalah:

1. Perusahaan yang diteliti adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2005-2010.
2. Perusahaan tersebut menerbitkan laporan keuangan secara berkala per 31 Desember selama periode penelitian.
3. Informasi pertanggungjawaban sosial diungkapkan pada laporan tahunan yang bersangkutan dalam periode penelitian.

3.1 Jenis dan Sumber Data

Data dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh peneliti melalui media perantara atau merupakan data yang diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data laporan keuangan perusahaan yang dijadikan sampel oleh peneliti yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2010. Data yang digunakan bersumber dari *database* ICMD (*Indonesian Capital Market Directory*) dan *website* Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) serta sumber lain yang relevan.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan mengambil data dari jurnal, buku, serta laporan keuangan perusahaan yang diambil dari ICMD yang ada di Bursa Efek Indonesia. Pengumpulan data ini dimaksudkan untuk memperoleh data tentang rasio-rasio keuangan perusahaan serta Pengungkapan tanggung jawab perusahaan sampel pada kurun waktu 2005-2010.

E. Definisi dan Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan variabel dependen dan variabel independen.

2.11.1 *Variabel Independen* (Variabel Bebas)

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari enam variabel yaitu sebagai berikut:

- a) Profitabilitas (X_1), profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau *profit* dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Terdapat beberapa ukuran untuk menentukan profitabilitas perusahaan, yaitu: *Return Of Equity* (Hackston dan Milne, 1996), *Return On Assets* (Belkaoui dan Karpik, 1989), *Earning Per Share* (Sembiring, 2005), *Net Profit Margin* (Anggraeni, 2006). Dalam penelitian

ini, indikator yang digunakan untuk mengukur *profitabilitas* perusahaan *Return on Equity* (ROE). Alasan menggunakan *Return On Equity* (ROE) karena ROE merupakan rasio yang mengukur tingkat penghasilan bersih yang diperoleh pemilik perusahaan atas modal yang diinvestasikan. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Shareholder's Equity}}$$

(Hackston dan Milne (1996)

- b) *Leverage* (X_2), *leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Skala pengukuran untuk *leverage* adalah rasio. *Leverage* yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio hutang terhadap modal sendiri, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Kewajiban}}{\text{Ekuitas}}$$

(Marwata, 2001)

- c) *Size* perusahaan (X_3), *size* perusahaan adalah suatu skala di mana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan. Menurut Hackston dan Milne (1996) dari beberapa penelitian, ukuran perusahaan dapat diukur dengan jumlah karyawan, total nilai aset, volume penjualan, atau peringkat indeks. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan adalah total aktiva, karena besarnya suatu perusahaan dapat dilihat dari jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar

aktiva yang dimiliki maka menunjukkan semakin besar perusahaan tersebut.

Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus:

$$\text{SIZE} = \text{Log Total Aktiva Perusahaan}$$

(Machmud dan Djakman, 2008)

- d) Tipe Industri (X_4). Robert (1992) mendefinisikan industri *high profile* adalah industri yang memiliki *consumer visibility*, *politik visibility* yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi. Sebaliknya *low profile* didefinisikan sebagai perusahaan yang memiliki tingkat *consumer visibility* dan *politik visibility* yang rendah.

Pada penelitian ini industri yang dikategorikan sebagai *high profile* adalah industri migas, kehutanan, pertanian, pertambangan, perikanan, kimia, otomotif, transportasi, telekomunikasi, barang konsumsi, makanan dan minuman, kertas, farmasi, plastik, dan konstruksi. Perusahaan yang dikategorikan dalam tipe *high profile* diberi angka satu (1) dan perusahaan yang dikategorikan dalam *low profile* diberi angka nol (0).

- e) Kepemilikan Institusional (*Institutional Ownership / IO*) (X_5), merupakan kepemilikan saham perusahaan yang mayoritas dimiliki oleh institusi atau lembaga (perusahaan, asuransi, bank, perusahaan investasi, *asset management* dan kepemilikan institusi lain) (Machmud dan Djakman, 2008). Kepemilikan institusional dalam penelitian ini menggunakan persentase pemilikan saham institusi dengan kepemilikan lebih dari 5% yang dilihat dalam laporan tahunan perusahaan untuk tahun 2005-2010. Alasan menggunakan persentase kepemilikan lebih dari 5% adalah

karena perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek merupakan perusahaan yang yang dimiliki banyak kepemilikan maka dianggap kepemilikan di atas 5% memiliki kewenangan dalam pengambilan keputusan, atau dengan kata lain kepemilikan di atas 5% dapat bertindak sebagai pihak yang memonitor perusahaan.

$$IO = \frac{\text{Saham yang dimiliki institusional}}{\text{Total jumlah saham yang beredar}}$$

(Machmud dan Djakman, 2008)

- f) Struktur Kepemilikan Asing (*Foreign Ownership / FO*) (X_6), merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh kepemilikan asing dalam bentuk badan usaha asing. Kepemilikan asing dalam penelitian ini menggunakan persentase pemilikan saham asing dengan kepemilikan lebih dari 5%. Alasan menggunakan persentase kepemilikan lebih dari 5% adalah karena perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek merupakan perusahaan yang yang dimiliki banyak kepemilikan maka dianggap kepemilikan di atas 5% memiliki kewenangan dalam pengambilan keputusan, atau dengan kata lain kepemilikan di atas 5% dapat bertindak sebagai pihak yang memonitor perusahaan.

$$FO = \frac{\text{Saham yang dimiliki asing}}{\text{Total jumlah saham yang beredar}}$$

(Machmud dan Djakman, 2008)

2.11.2 Variabel *Dependen* (variabel terikat)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan di Bursa Efek Indonesia. Tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Guthrie dan Mathews 1985).

Pengungkapan sosial dalam penelitian ini adalah data tahunan yang diungkapkan perusahaan yang diperoleh melalui *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) dengan menggunakan indikator GRI yang telah disesuaikan dengan kondisi di Indonesia yang mengacu pada model Hackston dan Milne (1996). Alasan model Hackston dan Milne (1996) karena 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. Item-item yang terdapat dalam model 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.

Pengukuran variabel menggunakan indikator GRI, di mana perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sesuai dengan indikator GRI diberi skor 1 sedangkan perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial atau perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial tetapi tidak sesuai dengan indikator GRI diberi angka 0. Indeks pengungkapan dengan indikator GRI terdiri dari 78 item, sehingga indeks perhitungan luas pengungkapan CSR sebagai berikut:

$$CSDI_t = \frac{\text{Jumlah item yang di ungkapkan}}{78}$$

(Sembiring, 2005)

Untuk lebih jelas, berikut ini digambarkan dalam tabel operasionalisasi variabel:

Tabel 1 Matriks Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Profitabilitas (X ₁)	<i>Return On Equity (ROE)</i> $ROE = \frac{Net\ Income}{Shareholder's\ Equity}$	Rasio
<i>Leverage (X₂)</i>	<i>Leverage (LEV)</i> $LEV = \frac{Kewajiban}{Ekuitas}$	Rasio
Size perusahaan (X ₃)	<i>Total asset</i>	Rasio
Tipe Industri (X ₄)	<i>High Profil dan Low Profile</i>	Nominal
Kepemilikan Institusional (X ₅)	$IO = \frac{Saham\ yang\ dimiliki\ institusional}{Total\ jumlah\ saham\ yang\ beredar}$	Rasio
Kepemilikan Asing (X ₆)	$FO = \frac{Saham\ yang\ dimiliki\ asing}{Total\ jumlah\ saham\ yang\ beredar}$	Rasio
Pengungkapan CSR (Y)	Indeks Pengungkapan Sosial $CSDI_t = \frac{Jumlah\ item\ yang\ di\ ungkapkan}{78}$	Rasio

F. Metode Analisis

Hasil pengolahan data ini digunakan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.

1. Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik dan perkembangan secara kuantitatif baik variabel dependen maupun variabel independen, dengan menggunakan dasar angka tahun yaitu selama enam periode, sejak tahun 2005 sampai dengan tahun 2010. Angka-angka tersebut mencerminkan kondisi keuangan ataupun aktivitas perusahaan. Deskripsi kuantitatif masing-masing variabel ini akan dijadikan dasar analisis regresi berganda.

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh beberapa variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah profitabilitas (X_1), *leverage* (X_2), *size* perusahaan (X_3), tipe industri (X_4), kepemilikan institusional (X_5), dan kepemilikan asing (X_6) sedangkan variabel dependen adalah Pengungkapan CSR Perusahaan (Y).

Bila diterapkan ke dalam model penelitian ini, nampak sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y	=	Pengungkapan CSR Perusahaan
X_1	=	<i>Profitabilitas</i>
X_2	=	<i>Leverage</i>

X_3	=	Size perusahaan
X_4	=	Tipe Industri
X_5	=	Kepemilikan Institusional
X_6	=	Kepemilikan Asing
α	=	Konstanta (intercept)
$\beta_1-\beta_6$	=	Koefisien Regresi
ε	=	Error atau sisa (residual)

a) Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t dan uji F. sebelum pengujian hipotesis dilakukan, harus terlebih dahulu melalui uji asumsi klasik. Pengujian ini dilakukan untuk memperoleh parameter yang valid dan handal. Pengujian asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

1) Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Deteksi normalitas dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.

Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas yaitu:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan / atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) Multikolinearitas

Multikolinearitas dapat dideteksi pada model regresi apabila pada variabel terdapat pasangan variabel bebas yang saling berkorelasi kuat satu sama lain. Dengan adanya multikolinearitas maka standar kesalahan untuk masing-masing koefisien yang diduga akan sangat besar. Akibatnya nilai t akan menjadi rendah. Akibat lainnya, adalah bahwa pengaruh masing-masing variabel bebas tidak dapat dideteksi. Untuk mendeteksi keberadaan multikolinearitas perlu dilakukan analisis koefisien korelasi diantara variabel bebasnya, misalnya antara X_1 dengan X_2 . Kalau muncul koefisien korelasi yang tinggi, maka dapat diperkirakan akan terjadi multikolinearitas bila X_1 dan X_2 tersebut digunakan secara bersama-sama.

3) Heterokedastisitas

Uji asumsi heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika varians berbeda, disebut

heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

4) Autokorelasi

Adanya autokorelasi dalam model regresi berarti “adanya korelasi antara anggota sampel yang diurutkan berdasarkan waktu” (Algifari, 1997). Regresi yang terdeteksi autokorelasi dapat berakibat pada biasanya interval kepercayaan dan ketidaktepatan penerapan uji F dan uji t. Autokorelasi dapat dicegah melalui pendeteksian terhadap statistik Durbin-Watson. Apabila nilai DW ini menghasilkan nilai yang tidak mendekati dua (2) maka dapat dipastikan terjadi autokorelasi, namun bila nilai DW mendekati angka dua (2), maka dapat dipastikan tidak terjadi autokorelasi pada hitungan regresi tersebut.

b) Pengujian Hipotesis

Adapun metode analisis yang akan digunakan dalam upaya pemecahan masalah yang telah dikemukakan dan untuk membuktikan validitas hipotesis adalah sebagai berikut:

1) Uji F atau Uji Simultan

Uji F dimaksudkan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel-variabel independen (X_i) secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut :

- a. Menghitung koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinasi (R^2) adalah koefisien determinasi yang terletak antara $0 < R^2 < 1$. Jika variabel independen yang digunakan lebih dari dua variabel maka untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependennya dapat dilihat pada nilai Adjusted R Square.
- b. Jika $F_{\text{-hitung}} > F_{\text{-tabel}}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$) maka terbukti semua variabel independen yang di amati secara serempak (simultan) berpengaruh nyata terhadap variabel dependen.
- c. Jika $F_{\text{-hitung}} < F_{\text{-tabel}}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$) akan membuktikan bahwa semua variabel independen yang di amati secara serempak (simultan) tidak memberikan pengaruh yang nyata terhadap variabel dependen.

Adapun formulasi uji-F (Rangkuti, 2000) sebagai berikut :

$$\text{Uji F} = \frac{R^2 / k - 1}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Keterangan :

- F = Dari tabel distribusi F
- R^2 = Koefisien determinasi ganda
- k = Jumlah variabel independen
- n = Banyaknya sampel

2) Uji t atau Uji Parsial

Uji t dimaksudkan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen (Xi) secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Adapun Formulasi Uji t adalah sebagai berikut :

$$\text{Uji } t = \frac{bt}{Sbt}$$

Keterangan :

t = Dari daftar tabel distribusi t

b = Parameter estimasi dari Xi

Sb = Standar error dari Xi

Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$),

maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$), maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3) Uji t-berpasangan (*Paired Sample t-test*)

Untuk melakukan pengujian hipotesis tentang adanya perbedaan luas pengungkapan periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, maka dilaksanakan uji t-berpasangan atau disebut juga *paired sample t-test*. Dalam penelitian ini tingkat signifikansi ditetapkan sebesar 5%, yang berarti tingkat kesalahan dari penelitian ini adalah sebesar 5%.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. DESKRIPTIF OBJEK PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2005 sampai dengan 2010, yaitu sebanyak 420 Perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan berdasarkan kriteria tertentu.

Berdasarkan kriteria pengambilan sampel, maka jumlah sampel yang memenuhi kriteria yaitu 18 perusahaan. Periode penelitian selama 6 tahun, sehingga total keseluruhan observasi berjumlah 108 observasi. Adapun daftar perusahaan yang terpilih sebagai sampel dapat di lihat pada lampiran 3. Berikut tabel rincian data pengambilan sampel perusahaan yang terpilih.

Tabel 2 Rincian data pengambilan sampel

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2005-2010	420
2.	Perusahaan yang tidak melaporkan laporan tahunan selama periode penelitian	(184)
3	Perusahaan yang tidak memiliki kepemilikan institusional maupun kepemilikan asing	(218)
	Jumlah sampel yang terpilih untuk diolah	18
	Periode selama 6 tahun (18 x 6 tahun)	108

Sumber: Data diolah

B. HASIL PENELITIAN

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi mengenai suatu data yang menunjukkan nilai tertinggi (maksimum), nilai terendah (minimum), rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dari setiap variabel yang diteliti. Hasil analisis deskriptif penelitian selama tahun 2005-2010 dapat di lihat pada Tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3 Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviasi
ROE	108	.0188	2.8866	.545029	.6087407
LEV	108	.0765	4.0542	1.203085	.9600478
Size Perusahaan	108	10.6236	13.1860	12.044031	.5797375
Tipe Industri	108	0	1	.11	.316
IO	108	.0268	.8375	.412403	.2092023
FO	108	.0778	.9428	.345767	.2445904
CSDI	108	.0385	.6026	.267846	.1574416
Valid N (listwise)	108				

Sumber: Data diolah (*output SPSS*)

Berdasarkan hasil statistik deskriptif dapat diketahui bahwa rata-rata (*mean*) profitabilitas perusahaan sampel yang diukur dengan menggunakan

return on equity (ROE) sebesar 0,54 atau sebesar 54%. Nilai minimal profitabilitas sebesar 0,02 atau sebesar 2% pada perusahaan PT. Millenium Pharmacon International Tbk (SDPC) dan nilai maksimal sebesar 2,88 atau sebesar 288% pada perusahaan PT Enseval Putera Megatrading Tbk (EPMT). Artinya kemampuan perusahaan PT. Millenium Pharmacon Internasional Tbk (SDPC) untuk memperoleh laba sebesar 2%, sebaliknya kemampuan PT Enseval Putera Megatrading Tbk (EPMT) untuk memperoleh laba sebesar 288%.

Variabel *leverage* diukur dengan menggunakan rasio total hutang terhadap total ekuitas. Hasil olah data menunjukkan bahwa rata-rata *leverage* perusahaan sampel sebesar 1,20 atau sebesar 120%. Nilai minimal *leverage* sebesar 0,077 atau sebesar 7,7% pada perusahaan PT Mandom Indonesia Tbk (TCID), sedangkan nilai maksimal *leverage* sebesar 4,05 atau sebesar 405% pada perusahaan PT Duta Anggada Realty Tbk (DART). Artinya rata-rata perusahaan yang menjadi sampel penelitian membiayai kegiatannya dengan hutang yang di lihat dari rata-rata leverage sebesar 1,20, di mana hutang lebih besar dari modal yang dimiliki.

Variabel *size* perusahaan diukur dengan menggunakan *logaritma* total aktiva. Rata-rata *size* perusahaan dalam *logaritma* total aktiva sebesar 12,04. Nilai maksimal total aktiva perusahaan sampel adalah 13,19 atau sebesar Rp 15.346.145.677.737 pada perusahaan PT. Indocement Tunggal Prakasa (INTP). Sedangkan total aktiva terkecil perusahaan sampel dalam

logaritma adalah 10,62 atau sebesar Rp42.030.015.097 pada perusahaan PT Asuransi Harta Aman Pratama Tbk (AHAP). Rata-rata *size* perusahaan sebesar 12,04 artinya perusahaan yang menjadi sampel penelitian merupakan perusahaan yang memiliki total aktiva yang besar.

Tipe industri perusahaan dibagi menjadi dua kategori yaitu tipe industri *high* dan tipe industri *low*. Hasil olah data menunjukkan bahwa nilai rata-rata industri perusahaan sampel adalah 0,11. Nilai maksimal tipe industri adalah 1 sedangkan nilai minimal tipe industri adalah 0. Artinya bahwa perusahaan yang diteliti mayoritas *low profile* di mana rata-rata tipe industri 0,11 mendekati 0.

Struktur kepemilikan institusional diukur dengan menggunakan jumlah saham yang dimiliki institusi terhadap jumlah saham yang beredar. Hasil olah data menunjukkan bahwa rata-rata jumlah kepemilikan institusional sebesar 0,41 atau sebesar 41%. Nilai maksimal kepemilikan institusional 0,84 atau sebesar 84% pada perusahaan PT Enseval Putera Megatrading Tbk (EMPT) dan minimal sebesar 0,03 atau sebesar 3% pada perusahaan PT Hero Supermarket Tbk (HERO). Rata-rata jumlah kepemilikan institusional sebesar 41%, artinya perusahaan yang menjadi sampel merupakan perusahaan yang mayoritas sahamnya tidak dimiliki institusi.

Variabel Struktur kepemilikan asing diukur dengan menggunakan jumlah saham yang dimiliki asing terhadap jumlah saham yang beredar. Hasil olah data menunjukkan bahwa rata-rata jumlah kepemilikan asing sebesar

0,35 atau sebesar 35%. Nilai maksimal kepemilikan asing 0,94 atau sebesar 94% pada perusahaan PT Hero Supermarket Tbk (HERO) dan minimal sebesar 0,08 atau sebesar 8% pada perusahaan PT Clipan Finance Indonesia Tbk (CFIN). Rata-rata jumlah kepemilikan asing sebesar 35% artinya bahwa perusahaan yang menjadi sampel penelitian mayoritas sahamnya tidak dimiliki oleh pihak asing.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mempunyai rata-rata 0,2678 atau 26,78%. Nilai maksimal adalah 0,6026 (60,26%) pada perusahaan PT Indocement Tunggul Prakasa (INTP) dan nilai minimal adalah 0,0385 (3,85%) pada perusahaan PT Millenium Pharmacon International Tbk (SDPC). Rata-rata pengungkapan CSR sebesar 26,78% artinya bahwa perusahaan yang menjadi sampel penelitian masih sedikit yang mengungkapkan kegiatan CSR yang dilakukan pada laporan tahunan perusahaannya.

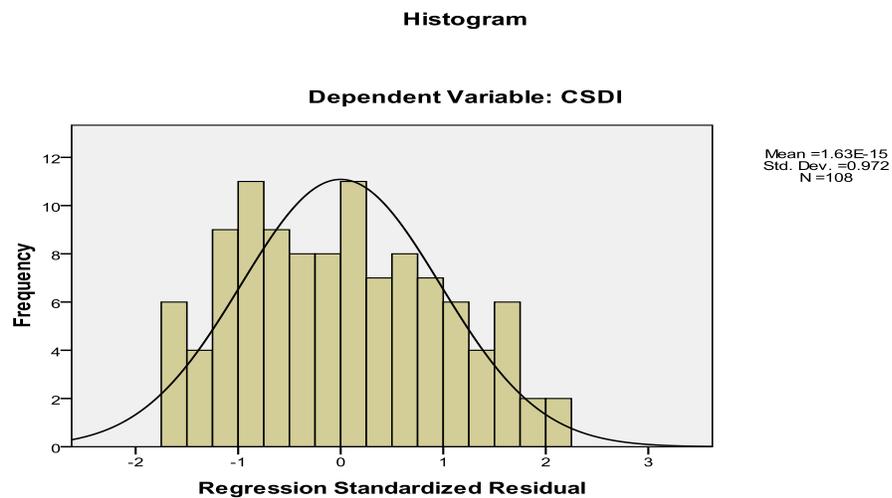
2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi data residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Uji ini dilakukan dengan cara melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal atau grafik. Analisis grafik merupakan cara yang termudah untuk melihat

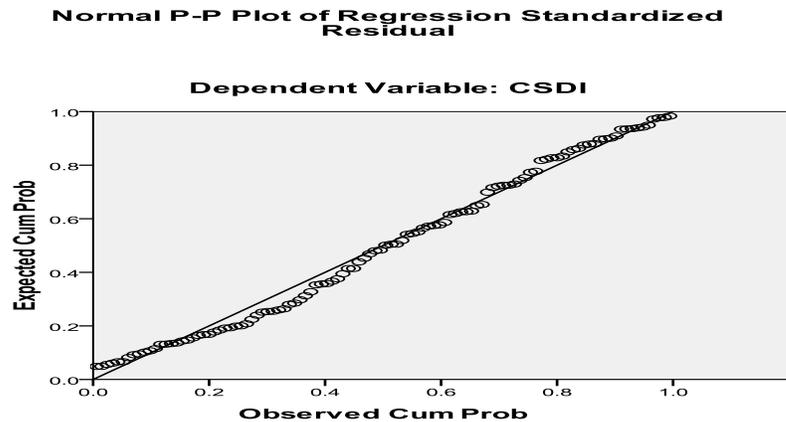
normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

Gambar 4 Uji Normalitas



Berdasarkan gambar 4 dapat dikatakan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal. Metode lain yang digunakan dalam analisis grafik adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang akan menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti atau mendekati garis diagonalnya.

Gambar 5 Hasil pengujian normalitas



b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi jika ada hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan menganalisis korelasi antar variabel dan perhitungan nilai *tolerance* serta *variance inflation factor* (VIF). Hasil pengujian menunjukkan nilai *variance inflation factor* (VIF) semua variabel tidak ada yang lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* juga tidak ada yang lebih kecil dari 0,10.

Berdasarkan hasil pengujian asumsi multikolinearitas, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen pada model regresi yang digunakan. Hasil pengujian Multikolinearitas ditunjukkan dalam tabel 4.

Tabel 4 Hasil pengujian Multikolinearitas

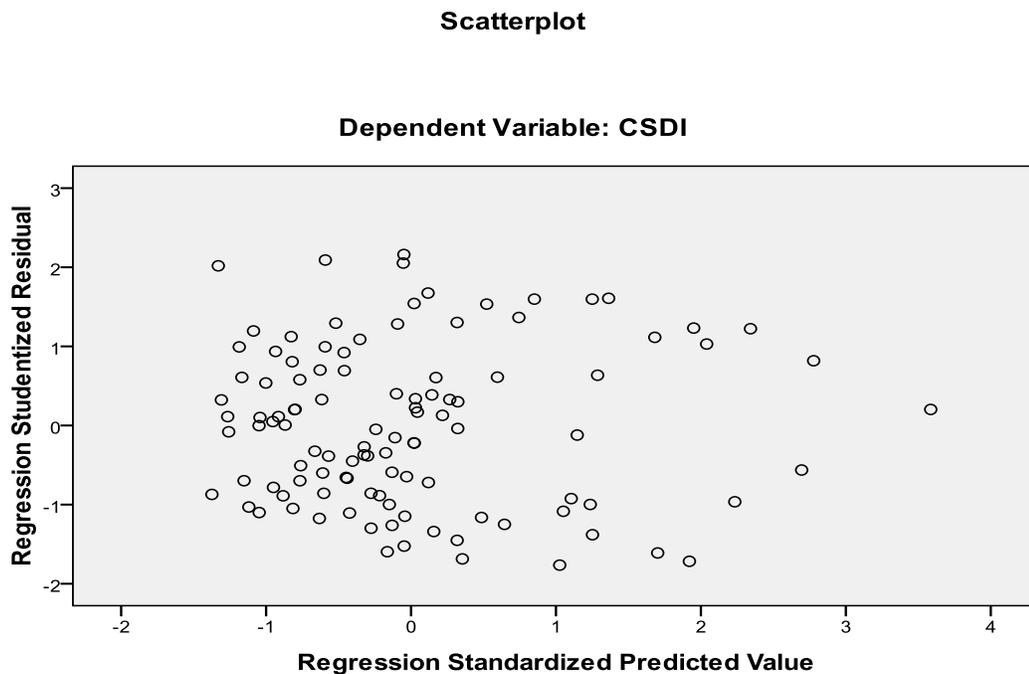
Model	Collinearity Statistik	
	Tolerance	VIF
ROE	.846	1.182
LEV	.725	1.379
Size Perusahaan	.886	1.129
Tipe Industri	.813	1.230
IO	.415	2.411
FO	.392	2.550

Sumber: Data diolah (*output* SPSS)

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Gambar 6 menunjukkan hasil pengujian heteroskedastisitas. Gambar tersebut menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik - titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 6 Uji heteroskedastisitas



3. Hasil Analisis Regresi

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu profitabilitas, *leverage*, *size* perusahaan, tipe industri, struktur kepemilikan institusional, dan struktur kepemilikan asing terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Untuk mengetahui seberapa besar dan bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, dapat di lihat dari nilai koefisien regresi.

a. Koefisien Determinasi

Dalam uji regresi linear berganda ini dianalisis besarnya determinasi (R^2). Uji koefisien determinasi dalam penelitian ini digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen (profitabilitas, *leverage*, *size* perusahaan, tipe industri, struktur kepemilikan institusional, dan struktur kepemilikan asing) terhadap variabel dependen (pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan). Hasil pengujian menunjukkan R^2 sebesar 0,208 atau 20,8%. Hal ini berarti 20,8% dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dapat dijelaskan oleh profitabilitas, *leverage*, *size* perusahaan, tipe industri, struktur kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing.

Tabel 5 Koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.456 ^a	.208	.161	.1442189

Sumber: Data diolah (*output* SPSS)

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Nilai statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam persamaan/ model regresi secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil pengujian menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,001 menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, *leverage*, *size* perusahaan, tipe industri, struktur kepemilikan institusional,

dan struktur kepemilikan asing yang dimasukkan dalam persamaan / model regresi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel pengungkapan tanggung jawab sosial.

Tabel 6 Hasil pengujian simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.552	6	.092	4.420	.001 ^a
Residual	2.101	101	.021		
Total	2.652	107			

Sumber: Data diolah (*output* SPSS)

c. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji terhadap nilai statistik t merupakan uji signifikansi parameter individual. Nilai statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependennya. Uji terhadap nilai statistik t juga disebut uji parsial yang berupa koefisien regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,025 ($\alpha=2,5\%$). Hasil uji t di sajikan pada tabel berikut.

Tabel 7 Hasil uji t

Model	Unstandardizen Coefficients		Standarized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 Konstan	-.129	.302		-.426	.671

ROE	.096	.025	.370	3.844	.000
LEV	-.021	.017	-.129	-1.245	.216
Size perusahaan	.026	.026	.104	1.111	.269
Tipe Industri	-.039	.049	-.078	-.792	.430
IO	.045	.103	.060	.433	.666
FO	.040	.091	.063	.444	.658

Sumber: Data diolah (*output* SPSS)

Dari hasil pengujian di atas maka dapat disusun suatu persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\text{CSDI} = -0,129 + 0,096 \text{ ROE} - 0,021 \text{ LEV} + 0,026 \text{ SIZE PERUSAHAAN} - 0,039 \text{ Tipe Industri} + 0,045 \text{ IO} + 0,40 \text{ FO}$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, dapat diartikan sebagai berikut.

a) Konstanta

Konstanta sebesar -0,129 menyatakan bahwa jika variabel profitabilitas, *leverage*, *size* perusahaan, tipe industri, struktur kepemilikan institusional, dan struktur kepemilikan asing dianggap konstan, maka rata-rata pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sebesar -0,129.

b) Profitabilitas (ROE)

Koefisien regresi profitabilitas sebesar 0,096 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% profitabilitas akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 0,096%. Variabel profitabilitas memiliki nilai t sebesar 3,844 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari taraf 0,025 (2,5%). Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas terbukti

berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat diterima.

c) *Leverage*

Koefisien regresi *leverage* sebesar -0,021 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% *leverage* akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 0,021%. Variabel *leverage* memiliki nilai t sebesar -1,245 dengan tingkat signifikansi 0,216 lebih besar dari taraf 0,025 (2,5%). Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ditolak.

d) *Size* perusahaan

Koefisien regresi *size* perusahaan sebesar 0,028 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% *size* perusahaan akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 0,028%. Variabel *size* perusahaan memiliki nilai t sebesar 1,111 dengan tingkat signifikansi 0,269 lebih besar dari taraf 0,025 (2,5%). Hal ini menunjukkan bahwa *size* perusahaan tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian,

hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa *size* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ditolak.

e) Tipe industri

Koefisien regresi tipe industri sebesar -0,039 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% tipe industri akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 0,039%. Variabel tipe industri memiliki nilai t sebesar -0,792 dengan tingkat signifikansi 0,430 lebih besar dari taraf 0,025 (2,5%). Hal ini menunjukkan bahwa tipe industri tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, hipotesis keempat (H_4) yang menyatakan bahwa tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ditolak.

f) Struktur kepemilikan institusional

Koefisien regresi struktur kepemilikan institusional sebesar 0,045 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% kepemilikan institusional akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 0,045%. Variabel kepemilikan institusional memiliki nilai t sebesar 0,433 dengan tingkat signifikansi 0,666 lebih besar dari taraf 0,025 (2,5%). Hal ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, hipotesis kelima (H_5) yang menyatakan bahwa struktur

kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ditolak.

g) Struktur kepemilikan asing

Koefisien regresi kepemilikan asing sebesar 0,040 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% kepemilikan asing akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 0,040%. Variabel kepemilikan asing memiliki nilai t sebesar 0,444 dengan tingkat signifikansi 0,658 lebih besar dari taraf 0,025 (2,5%). Hal ini menunjukkan bahwa kepemilikan asing tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, hipotesis keenam (H_6) yang menyatakan bahwa kepemilikan asing berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ditolak.

4. Hasil Analisis Uji Beda *T-test*

Uji beda *T-test* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *paired sample T-test*, yang digunakan untuk menguji apakah terdapat perbedaan rata-rata dua sampel yang berhubungan. Uji beda *T-test* dilakukan dengan cara membandingkan perbedaan antara dua nilai rata-rata dengan *standard error* dari perbedaan rata-rata dua sampel.

Data yang digunakan yaitu nilai indeks pengungkapan CSR (CSDI) sebelum dan sesudah diberlakukannya UU No. 40 tahun 2007 yang

berjumlah 108 sampel observasi. Tujuan analisis adalah untuk melihat apakah terdapat perbedaan luas pengungkapan yang signifikan dengan membandingkan CSDI pada periode sebelum diberlakukan UU No.40 tahun 2007 (tahun 2005 - 2007) dan sesudah diberlakukan UU No.40 tahun 2007 (tahun 2008 - 2010).

Tingkat signifikansi yang digunakan pada analisis ini yaitu 5% ($\alpha=0,05$). Dalam menentukan ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan, maka dapat dilihat dari nilai signifikansi probabilitasnya. Jika nilai signifikansi probabilitas (*sig 2-tailed*) lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha=0,05$ berarti terdapat perbedaan yang signifikan. Jika nilai signifikansi probabilitas (*sig 2-tailed*) lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha=0,05$ berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Adapun hasil pengujian menggunakan paired sample t-test dapat diketahui pada table berikut:

Tabel 8 Paired sample T-test

Variabel	Mean	t	Sig.
Sebelum	.152173	-13.890	.000
Sesudah	.383519		

Sumber: Data diolah (Output SPSS)

Nilai rata-rata CSDI pada periode sebelum diberlakukan UU No.40 tahun 2007 sebesar 15,22 sedangkan nilai rata-rata CSDI pada periode sesudah diberlakukannya UU No.40 tahun 2007 sebesar 38,35. Hal ini menunjukkan bahwa secara absolut terdapat perbedaan nilai rata-rata di

mana nilai rata-rata CSDI pada periode sesudah diberlakukannya UU No.40 tahun 2007 lebih besar dibandingkan dengan nilai rata-rata CSDI sebelum diberlakukan UU No.40 tahun 2007. Demikian pula, perbandingan yang dilakukan secara per tahunnya, juga menunjukkan hal yang sama. Hasil nilai t-statistik menunjukkan sebesar 13,890 dengan signifikansi 0,000. Nilai signifikansi probabilitas (*sig 2-tailed*) 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan (H_7 diterima). Temuan ini sesuai dengan harapan penelitian bahwa terdapat peningkatan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan setelah diberlakukannya UU No.40 tahun 2007.

C. PEMBAHASAN

1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan tingkat signifikansi $\alpha = 2,5\%$. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh profitabilitas perusahaan. Arah positif berarti semakin besar profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Hasibuan (2001), Hosain *et al* (2006) dan Fauzi *et al* (2007) yang

menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dengan pengungkapan sosial perusahaan. Hasil penelitian ini juga mendukung pendapat Bowman dan Haire (1976) dan Preston (1978) yang menyatakan semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Secara teoretis, menurut Kokubu *et al* (2002) terdapat pengaruh positif antara profitabilitas suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Artinya perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan memberikan keluwesan kepada manajemen untuk melaksanakan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial. Sedangkan perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang rendah akan sangat mempertimbangkan pelaksanaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial, karena khawatir akan mengganggu kegiatan operasional perusahaan.

Perusahaan sudah mulai menganggap penting keberadaan pengungkapan tanggung jawab sosial. Sehingga semakin besar keuntungan yang diperoleh akan semakin tinggi pengungkapan tanggung jawab sosial. Seperti yang dinyatakan oleh Belkaoui dan Karpik (1989) bahwa manajemen yang sadar dan memerhatikan masalah sosial juga akan mengajukan kemampuan yang diperlukan untuk menggerakkan kinerja keuangan perusahaan (Sembiring, 2005). Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi

memotivasi manajemen untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial yang lebih besar dalam rangka meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat.

2. *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Rasio *leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap total ekuitas. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat di lihat risiko tak tertagihnya suatu hutang. Menurut teori keagenan manajemen dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan CSR yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Dari hasil penelitian dengan tingkat signifikansi 0,216 lebih besar dari taraf 0,025 (2,5%), sehingga dapat diketahui bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian ini tidak mendukung teori keagenan yang menyatakan hubungan negatif antara perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* yang tinggi dengan pengungkapan CSR.

Di Indonesia, derajat ketergantungan yang tinggi dari perusahaan terhadap hutang juga terjadi. Hal ini tercermin dengan deskripsi sebelumnya yang menunjukkan bahwa rata-rata *leverage* sebesar 1,2 atau 120%, mempunyai rasio hutang terhadap modal lebih dari satu. Ini dapat

diinterpretasikan bahwa perusahaan di Indonesia mempunyai hutang yang lebih besar dari modalnya. Adanya hubungan yang baik dengan *debtholders*, maka perusahaan tidak perlu takut terhadap sorotan dari *debtholders*. Sehingga besar kecilnya rasio *leverage* suatu perusahaan tidak memengaruhi besarnya pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Tetapi hasil penelitian ini sesuai dengan Sembiring (2005) dan di dukung oleh teori legitimasi yang melihat praktik bisnis dari kacamata semua *stakeholder* tidak hanya *stakeholder* atau individu tertentu yang dianggap *powerfull* dalam arti bahwa perusahaan memiliki hubungan yang baik dengan semua *stakeholdernya* agar perusahaan bisa *going concern*.

3. Pengaruh size perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Teori keagenan menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas (Sembiring, 2005).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *size* perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini di tunjukkan dengan tingkat signifikansi 0,269 lebih besar dari taraf 0,025 (2,5%). Sehingga, dapat dikatakan hipotesis ketiga dalam penelitian ini yang

menyatakan bahwa *size* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ditolak.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil yang ditemukan oleh Hossain *et al* (2006) dan Anggraini (2006). Namun, hasil ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996), Hasibuan (2001), Sembiring (2005), Fauzi *et al* (2006), Amran dan devi (2008) dan Machmud dan Djakman (2008).

Size perusahaan tidak memberikan pengaruh bagi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia. Hal ini disebabkan pandangan perusahaan yang berukuran besar belum menganggap efektifitas pengungkapan CSR. Artinya pengungkapan aktivitas ini belum dianggap sebagai kebijakan yang akan berdampak positif di masa yang akan datang. Data statistik menggambarkan bahwa dari *size* perusahaan yang menjadi sampel merupakan perusahaan yang memiliki total aktiva yang besar. Apabila dibandingkan dengan rata-rata pengungkapan tanggung jawab sosial yang hanya sebesar 26,78% maka hal ini membuktikan bahwa besar kecilnya *size* perusahaan tidak memengaruhi pengungkapan CSR yang dilakukan.

Alasan lain kenapa *size* perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR adalah teori *stakeholder* di mana semua perusahaan baik perusahaan kecil maupun besar harus memerhatikan kepentingan *stakeholdernya* dalam hal ini perusahaan terlibat dalam peningkatan kualitas

hidup masyarakat dan lingkungannya. Sehingga perusahaan mendapat kepercayaan dan dapat meningkatkan *image* perusahaan.

4. Pengaruh tipe industri terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Perusahaan yang termasuk dalam industri yang *high-profile* akan memberikan informasi sosial lebih banyak dibandingkan perusahaan yang *low-profile*. Robert (1992) mendefinisikan industri yang *high profile* adalah industri yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politis yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi. Peneliti mengelompokkan industri konstruksi, pertambangan, pertanian, kehutanan, perikanan, kimia otomotif, barang konsumsi, makanan dan minuman, kertas, farmasi dan plastik sebagai industri yang *high-profile*. Cowen (1987) mengatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena hal ini akan meningkatkan *image* perusahaan dan memengaruhi penjualan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tipe industri tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR hal ini dapat di lihat dari tingkat signifikansi 0,430 lebih besar dari taraf 0,025 (2,5%). Dengan demikian penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Hackston dan Milne (1996), Gray *et al* (2001), Yuniarti (2003), Sembiring (2005), Anggraini (2006), Hossain *et al* (2006) dan

Amran dan Devi (2008). Hal ini disebabkan oleh ketentuan mengenai kegiatan CSR di Indonesia di atur dalam Undang-Undang No.25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UUPM) dan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menyatakan bahwa setiap perseroan atau penanam modal berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Ketentuan ini dimaksudkan untuk mendukung terjalinnya hubungan perusahaan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Pengaturan CSR juga bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungannya. Dengan demikian CSR merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan, bukan kegiatan yang bersifat sukarela.

Alasan lain dapat di lihat dari nilai statistik yang memperlihatkan jumlah pengungkapan sebelum dan sesudah diberlakukannya Undang-undang No. 40 tahun 2007 terjadi kenaikan. Rata-rata pengungkapan CSR sebelum sebesar 0,152173 dan sesudah diberlakukan UU No.40 tahun 2007 rata-rata pengungkapan CSR naik menjadi 0,383519.

5. Pengaruh struktur kepemilikan institusional terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini mendukung

penelitian Machmud dan Djakman (2008). Hal ini mencerminkan kepemilikan institusi di Indonesia belum mempertimbangkan tanggung jawab sosial sebagai salah satu kriteria dalam melakukan investasi sehingga para investor institusi ini cenderung tidak menekan perusahaan untuk mengungkapkan CSR secara detail dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini mungkin disebabkan karena selama ini investor institusional hanya bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan pribadi saja tanpa mepedulikan tanggung jawab perusahaan pada *stakeholders* lain. Hal ini sejalan dengan teori *stakeholder* yang menggambarkan hubungan antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini menolak hipotesis ke lima (H_5).

6. Pengaruh struktur kepemilikan asing terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Berdasarkan hasil dari pengujian variabel kepemilikan asing (FO) terhadap pengungkapan CSR, dapat diketahui bahwa variabel kepemilikan saham asing tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Di lihat dari nilai sig uji t pada tabel 4.6 maka kepemilikan saham asing memiliki nilai sig $0,444 > 0,005$. Maka disimpulkan hipotesis keenam (H_6) ditolak. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amran dan Devi (2008) di

Malaysia. Penelitian Machmud dan Djakman (2008) di Indonesia juga mendapatkan hasil yang sama yaitu adanya kepemilikan saham asing pada perusahaan di Indonesia tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Dengan kata lain, pihak asing yang memiliki saham di perusahaan Indonesia cenderung tidak menuntut pengungkapan CSR pada laporan tahunan.

Hasil pengujian variabel ini tidak sesuai dengan teori yang ada. Hal ini mungkin terjadi karena sampel perusahaan dengan kepemilikan asing dalam penelitian ini, lebih banyak perusahaan selain perusahaan yang terkait langsung dengan sumber daya alam, sehingga pengungkapan CSR dalam laporan tahunan sifatnya masih *voluntary* dan sekedar untuk pemenuhan informasi bahwa perusahaan telah melakukan CSR. Dari hasil statistik dapat di lihat kepemilikan asing terbesar pada perusahaan PT. Hero Supermarket Tbk yaitu sebesar 94% merupakan perusahaan *whole sale*. Sehingga, aktivitas CSR yang diungkapkan juga lebih kepada indikator ekonomi dan sosial yang bersifat *community*.

7. Perbedaan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebelum dan sesudah berlakunya UU No.40 tahun 2007

Berdasarkan output SPSS, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebelum dan sesudah berlakunya UU No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Undang-undang No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas 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). Undang-undang tersebut diutamakan pada perusahaan yang kegiatan usahanya dalam bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam.

Kepatuhan terhadap hukum adalah kewajiban “standar” yang yang harus dipenuhi. Namun melakukan sesuatu yang *beyond the law* adalah lebih baik. Saat ini salah satu kriteria penilaian masyarakat dan *stakeholder* (termasuk *shareholder*) terhadap suatu perusahaan adalah bagaimana komitmen perusahaan tersebut pada masyarakat dan lingkungan. Yang mendapat kepercayaan dan yang memiliki reputasi baik adalah perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam peningkatan hidup masyarakat dan lingkungan.

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, pelaksanaan UU Perseroan Terbatas telah cukup efektif, terbukti dengan meningkatnya luas pengungkapan CSR meskipun belum optimal. Berlakunya UU Nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas tersebut dapat meningkatkan luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan karena CSR yang semula bersifat *voluntary* menjadi *mandatory* bagi perusahaan. Untuk dapat mengetahui lebih jelas mengenai perbandingan luas pengungkapan CSR

sebelum dan sesudah UU PT (dalam %), maka akan ditampilkan perbandingan tersebut pada Tabel 9 sebagai berikut:

Tabel 9 Perbandingan Indeks pengungkapan CSR tahun 2005 dan 2010

No.	Kode Emiten	CSDI		Δ CSDI %
		2005	2010	
1	INTP	0.14	0.60	3.27
2	SCCO	0.10	0.33	2.25
3	INTA	0.09	0.51	4.71
4	TURI	0.04	0.54	13.00
5	MRAT	0.19	0.51	1.67
6	TCID	0.22	0.59	1.71
7	EPMT	0.17	0.58	2.46
8	HERO	0.06	0.58	8.00
9	SDPC	0.04	0.36	8.33
10	CFIN	0.08	0.56	6.00
11	AHAP	0.06	0.41	5.50
12	ASRM	0.06	0.32	4.00
13	LPGI	0.08	0.29	2.60
14	MREI	0.08	0.44	4.60
15	PNIN	0.13	0.40	2.13
16	PNLF	0.13	0.37	1.88
17	DART	0.05	0.37	6.67
18	JRPT	0.05	0.56	10.67
Rata-rata CSDI 2005-2010 sebesar 26,78%				

Dari 18 perusahaan yang menjadi sampel, besarnya peningkatan pengungkapan rata-rata CSR periode sebelum dan sesudah UU Perseroan Terbatas sebesar 26,78 %. Peningkatan paling besar yaitu pada perusahaan PT. Tunas Ridean Tbk sebesar 13%. Sedangkan peningkatan paling kecil/ sedikit yaitu pada perusahaan PT Mustika Ratu Tbk Sebesar 1,67%.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, size perusahaan, tipe industri, struktur kepemilikan institusional dan struktur kepemilikan asing terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan serta mengetahui perbedaan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebelum dan sesudah UU No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi akan memberikan keluwesan kepada manajemen untuk melaksanakan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial dalam rangka meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat. Selain itu, profitabilitas yang tinggi memotivasi manajemen untuk mengungkapkam tanggung jawab sosial yang lebih besar.

2. Hasil pengujian hipotesis kedua membuktikan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Artinya tinggi rendahnya tingkat *leverage* perusahaan tidak memengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang menjadi sampel penelitian. Di lihat dari teori legitimasi bahwa perusahaan untuk dapat *going concern* harus memperhatikan kepentingan para *stakeholdernya*. Perusahaan yang memiliki hubungan yang baik dengan *stakeholdernya* tidak begitu memperhatikan tingkat *leverage* karena adanya kepercayaan *stakeholder* terhadap perusahaan.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga membuktikan bahwa *size* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Artinya bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan di Indonesia sesuai dengan penelitian yang dilakukan pada penelitian ini tidak terkait dengan besar dan kecilnya *size* perusahaan yang tercermin dalam total *asset* suatu perusahaan. Berdasarkan teori stakeholder bahwa baik perusahaan besar maupun kecil harus memperhatikan kepentingan stakeholdernya, dalam hal ini perusahaan terlibat dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat dan lingkungannya.
4. Hasil pengujian hipotesis keempat membuktikan bahwa tipe industri tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Artinya bahwa perusahaan baik *high profile* maupun *low profile* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan,

karena menganggap dengan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial akan meningkatkan *image* perusahaan dan dapat memengaruhi penjualan.

5. Hasil pengujian hipotesis kelima membuktikan bahwa struktur kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini mencerminkan kepemilikan institusi di Indonesia belum mempertimbangkan tanggung jawab sosial sebagai salah satu kriteria dalam melakukan investasi sehingga para investor institusi cenderung tidak menekan perusahaan untuk mengungkapkan CSR secara detail dalam laporan tahunan perusahaan.
6. Hasil pengujian hipotesis keenam membuktikan bahwa struktur kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Artinya bahwa kepemilikan asing pada perusahaan di Indonesia secara umum belum memedulikan masalah lingkungan dan sosial sebagai isu kritis yang secara ekstensif diungkapkan dalam laporan tahunan.
7. Pengujian hipotesis ke tujuh dengan menggunakan analisis uji beda *t-test* membuktikan bahwa secara statistik terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR yang signifikan antara sebelum dan sesudah diberlakukannya UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

B. KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu, penelitian ini hanya memasukkan perusahaan yang memiliki kepemilikan asing dan institusional selama tahun pengamatan, sehingga data yang dihasilkan terbatas pada perusahaan yang memiliki kepemilikan institusional dan asing saja. Selain itu data yang digunakan dalam penelitian ini dipengaruhi oleh UU No.40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang mewajibkan seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia untuk melaporkan laporan pertanggungjawabannya, sehingga hasilnya banyak yang menolak teori karena adanya peraturan tersebut.

C. SARAN

Adapun saran yang diajukan berdasarkan hasil temuan dalam penelitian yaitu sebagai berikut.

1. Untuk penelitian selanjutnya perlu mempertimbangkan untuk menggunakan variabel lainnya di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian selanjutnya perlu mempertimbangkan sampel yang lebih luas, dengan tidak melihat dari adanya kepemilikan institusional dan kepemilikan asing saja.

Daftar Pustaka

- Algifari, 1997, "*Analisis Regresi : Teori, Kasus dan Solusi*", BPFE, Yogyakarta.
- Amran, Azlan dan S. Susela Devi. 2008. "The Impact Of Government And Foreign Affiliate Influence On Corporate Social Reporting (The Case Of Malaysia)". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol.23, No.4.
- Anggraini. Fr. Reni Retno. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang.
- Barkemeyer, Ralf. 2007. Legitimacy as a Key Driver and Determinant of CSR in Developing Countries. Paper for the 2007 Marie Curie Summer School on Earth System Governance. *Amsterdam University of St Andrews & Sustainable Development Research Centre (SDRC) School of Management*.
- Belkaoui, Ahmed dan Philip G. Karpik. 1989. Determinants of the Corporate Decision to Disclose Sosial Information. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 2, pp. 36- 51.
- Brammer Stephen, Chris Brooks, Stephe Pavelin. 2005. "*Corporate social performance and stock returns: UK evidence from disaggregate measures*. City University. London.

- Brancato, C.K. dan Gaughan, P. 1991. *Institutional Investor and Capital Markets. Columbia Law School Institutional Investor Project*. New York.
- Branson, Douglas M. 2001. "Corporate Governance 'Reform' and the New Corporate Social Responsibility". *University of Pittsburgh Law Review*.
- Clarkson, M. 1995. "A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance". *Academy of Management Review* 20 (1): 92–117. DOI:10.2307/258888.
<http://www.jstor.org/discover/10.2307/258888?uid=3738224&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=56240055173> diakses tanggal 7 Juni 2012 Jam 15.36 wita
- Cowen, S.S., Ferreri, L.B., dan L.D. Parker. 1987. "The Impact Of Corporate Characteristics On Social Responsibility Disclosure: A Typology And Frequency-Based Analysis". *Accounting, Organisations and Society*. Vol.12 No.2, pp. 111-122.
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0361368287900018> diakses tanggal 6 Juni 2012 jam 09.05 wita.
- Dahlsrud, A. 2006. "How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions".
http://csr-norway.no/papers/2007_dahlsrud_CSR.pdf diakses tanggal 10 Juni 2010.
- Daniri, Mas Achmad. 2008. "Standarisasi Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Bag.1, 2, dan 3)".
www.madani-ri.com diakses pada tanggal 10 Juni 2010.
- Darwin, Ali .2006. "Sustainability Reporting/ Laporan Keberlanjutan". *Makalah disajikan pada Kuliah Perdana di Banda Aceh: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Unsyiah, 1 September 2006.*

_____,2006. “Akuntabilitas, Kebutuhan, Pelaporan, dan Pengungkapan CSR bagi Perusahaan di Indonesia”. *Economics Business & Accounting Review*. Edisi III/ September-Desember.

Dauman J dan Hargreaves J. 1975. *Business Survival and Social Change A Practical Guide to Responsibilities and Partnership*. London: Associated Business Programme.

Deegan, Craig. 2002. “ Introduction the Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosure – a Theoretical Foundation”. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 15 No. 3 pp. 282-311.

Devina, Florence., Suryanto, L dan Zulaikha. 2005. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Publik di Bursa Efek Jakarta (BEJ). *Jurnal Maksi*. Volume 4. Agustus: 161-177.

Donovan, Gary dan Kathy Gibson, 2000. Environmental Disclosure in the Corporate Annual Report: A Longitudinal Australia Study. *Paper for Presentation in the 6th Interdisciplinary Environmental Association Conference, Montreal, Canada*.

[http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-](http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-8683.2007.00615.x/abstract?systemMessage=Wiley+Online+Library+will+be+disrupted+on+9+June+from+10%3A00-12%3A00+BST+(05%3A00-07%3A00+EDT)+for+essential+maintenance)

[8683.2007.00615.x/abstract?systemMessage=Wiley+Online+Library+](http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-8683.2007.00615.x/abstract?systemMessage=Wiley+Online+Library+will+be+disrupted+on+9+June+from+10%3A00-12%3A00+BST+(05%3A00-07%3A00+EDT)+for+essential+maintenance)

[will+be+disrupted+on+9+June+from+10%3A00-](http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-8683.2007.00615.x/abstract?systemMessage=Wiley+Online+Library+will+be+disrupted+on+9+June+from+10%3A00-12%3A00+BST+(05%3A00-07%3A00+EDT)+for+essential+maintenance)

[12%3A00+BST+\(05%3A00-](http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-8683.2007.00615.x/abstract?systemMessage=Wiley+Online+Library+will+be+disrupted+on+9+June+from+10%3A00-12%3A00+BST+(05%3A00-07%3A00+EDT)+for+essential+maintenance)

[07%3A00+EDT\)+for+essential+maintenance](http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-8683.2007.00615.x/abstract?systemMessage=Wiley+Online+Library+will+be+disrupted+on+9+June+from+10%3A00-12%3A00+BST+(05%3A00-07%3A00+EDT)+for+essential+maintenance) diakses tanggal 6 Juni

Jam 18.30 wita.

Effendi, M. A. 2009. *The Power of Good Corporate Governance: Teori dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.

- Elkington, J. 1997. *Cannibals with Forks: Triple Bottom Line of 21st Century Business*. London
- Fauzi, Hasan. 2006. "Corporate Social and Environment Performance: A Comparative Study Between Indonesia Companies and Multinational Companies (MNCs) Operating in Indonesia". *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, Vol.6, No.1, Februari 2006.
- Freeman, R. Edward. 1984. *Strategic Management: A Stakeholders Approach*. USA: Boston, Fitman.
- Freeman, R. Edward. dan John McVea. 2001. "A Stakeholder Approach to Strategic Management". *Social Science Research*. University of Virginia.
- Friedman, M., 1962, *Capitalism and Freedom*. University of Chicago Press.
- Galuh, Rahmi. 2010. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan. *Skripsi S1 Akuntansi Undip*.
- Ghozali, I dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Global Reporting Initiative (GRI). 2006. *Sustainability Reporting Guidelines*. Oxford University.
- Gray R.H., D.L.Owen dan K.T.Maunders. 1987. *Corporate Social Reporting: Accounting and accountability*. Hemel Hempstead: Prentice Hall
- Gray, Rob., Reza Kouhy, dan Simon Lavers. 1995a. "Corporate Social and Environmental Reporting. A Review of the Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol.8. No. 2. Pp. 47-77

- Gray, Rob., Reza Kouhy, dan Simon Lavers. 1995b. Methodological Themes: Constructing a Research Database of Social and Environmental Reporting by UK. Companies. *Accounting Auditing and Accountability Journal*. Vol.8, No.2.
- Gray, R.H Owen, dan Adam. 1996. *Accounting and Accountability*. Hemel Hempstead: Prentics Hall.
- Hackston, David dan Markus J. Milne, 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol.9 No.1, pp. 77-100.
- Hasibuan, Muhammad Rizal. 2001. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial (Sosial Disclosure) Dalam Laporan Tahunan Emiten di BEJ dan BES". Tesis S2 Magister Akuntansi Undip. <http://eprints.undip.ac.id/9103/> diakses tanggal 6 Juni 2012 Jam 18.39
- Hossain, Monirul Alam., Kazi Saidul Islam dan Jane Andrew. 2006. "Corporate Social and Environmental Disclosure in Developing Countries; Evidence from Bangladesh". *Faculty of commerce papers, University of Wollongong*.
- Indonesian Capital Market Directory (ICMD). 2005-2010, Jakarta : Bursa efek Jakarta.
- Jensen, Michael. C. dan William. H. Meckling. 1976. "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure". *Journal of Financial Economics*. Vol 3. No 4. Pp. 305-360.
- Jogiyanto, 2004, "Metodelogi Penelitian Bisnis", BPFU-UGM, Yogyakarta.

- Kotler, Philip dan Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility*. New Jersey : John Wiley and Sons, Inc.
- Machmud, Novita dan Chaerul D. Djakman. 2008. "Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) Pada Laporan Tahunan Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Publik yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006". *Simposium Nasional Akuntansi XII*. Pontianak.
- Marwata. 2001. "The Relation of Company Characteristics and The Quality of Voluntary Disclosure in Annual Report of Public Registered Company in Indonesia". *Simposium Nasional Akuntansi IV*.
- Marwata, 2006. "Hubungan Karakteristik Perusahaan dan Kualitas Ungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan Perusahaan publik di Indonesia." *Jurnal ekonomi dan bisnis*, Vol. XII, No. 1
- Nurkhin, Achmad. 2009. *Corporate Governance dan Profitabilitas; Pengaruhnya terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia)*. Tesis. Semarang: Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Nurlela dan Islahuddin. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak.
- Patten, D.M. 1992. "Intra-Industry Environmental Disclosure in Response To The Alaskan Oil Spill: A Note On Legitimacy Theory". *Accounting, Organisations and Society*. Vo. 17 No. 5. Pp 471-485. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/036136829290042Q>
diakses tanggal 6 Juni 2012 jam 9.47 wita

Preston, L. E., dan Post, J. E., 1975, *Private Management and Public Policy*, Englewood Cliffs: Prentice Hall, Inc

Rangkuti, Fredy, 2002, "*Riset Pemasaran*", PT. Gramedia Pustaka Utama bekerjasama dengan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBII, Jakarta.

Reverte, C. 2008. "Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms", *Journal of Business Ethics* (2009) 88:351-366 DOI 10.1007/s10551-008-9968-9. <http://www.springerlink.com/content/8217420776056073/> diakses tanggal 6 Juni 2012 jam 9.53 wita

Robert, Robin. W. 1992. "Determinants Of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application Of Stakeholder Theory". *Accounting, Organisations and Society*. Vol. 17 No. 6. Pp. 595-612.

Satyo. Disukai konsumen, diminati Investor. *Media Akuntansi*, Edisi 47/Tahun XII/Juli 2005.

[Http://isa7695.wordpress.com/2010/07/19/corporate-social-responsibility-sebuah-pandangan-dari-sudut-akuntansi/](http://isa7695.wordpress.com/2010/07/19/corporate-social-responsibility-sebuah-pandangan-dari-sudut-akuntansi/) diakses tanggal 31 Oktober 2012

Scott, William R. 2009. *Financial Accounting Theory*. Fifth Edition. USA: Pearson Educational, Prentice Hall.

Sembiring, Eddy Rismanda. 2003. Kinerja Keuangan, *Political Visibility*, Ketergantungan Pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Makalah disampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi VI*. Surabaya, 16 – 17 Oktober 2003.

-----, 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial; Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal MAKSI Undip*. Vol. 6 (1). (SNA 8 Solo)

Singhvi, S.S., dan Desai, H.B. 1971. An Empirical Analysis of The Quality of Financial Disclosure. *Accounting Review* Vol. 46 No.1.
<http://www.jstor.org/discover/10.2307/243894?uid=3738224&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21101420589187> di akses tanggal 11 November 2012

Sugiyono, 2005, "*Metode Penelitian Administrasi*", Alfabeta, Bandung.

Suwardjono. 2005. *Teori Akuntansi (Perekayasaan Pelaporan Keuangan)*. Yogyakarta: BPFEE.

Tanimoto, Kanji dan Kenji Suzuki. 2005. Corporate Social Responsibility in Japan: Analysing the Participating Companies in Global Reporting Initiative. Sweden.

Undang – undang Minyak dan Gas No. 22 Tahun 2001

Undang – undang Pertambangan Umum No. 11 Tahun 1967

Undang – undang No. 23 Tahun 1997 Mengenai Kinerja Pengelolaan Lingkungan Perusahaan

Undang – undang Telekomunikasi No. 36 Tahun 1999 dimana menyatakan bahwa penyelenggaraan telekomunikasi salah satunya mengikutsertakan peran masyarakat.

Undang – undang Republik Indonesia No.40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

Watt, Ross L dan Jerold R. Zimmerman. 1990. *Positive Accounting Theory: A Ten Year Perspective. The Accounting Review* Vol.85, No.1

www.globalreporting.org

www.idx.co.id

www.riscawidya.blogspot.com/2010/04/menggagas-standar-audit-program-csr.html

www.riscawidya.blogspot.com/2010/04/menggagas-standar-audit-program-csr.html di akses terakhir tanggal 31 Oktober 2012

www.csrindonesia.com/data/articles/20061204164422-a.pdf di akses terakhir tanggal 31 Oktober 2012

www.id.wikipedia.org/wiki/Tanggung_jawab_sosial_perusahaan di akses terakhir tanggal 31 Oktober 2012

Yuniarti, Emylia. 2003. "Pengungkapan Informasi Pertanggung jawaban Sosial Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEJ". *Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi*. Vol 1, No.2: 240-252.