



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Unand.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Unand.

**ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PENGUNGKAPAN INFORMASI SOSIAL DALAM LAPORAN  
TAHUNAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG  
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

**SKRIPSI**



**MUHAMAD H ASRI  
07 953 019**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG 2012**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam skripsi ini dan disebutkan dalam daftar referensi.

Padang, April 2012



**Muhamad Hasri**  
07 953 019





No Alumni Universitas

**MUHAMAD HASRI**

No Alumni Fakultas

**BIODATA**

a). Tempat/Tgl Lahir: Luak Kapau/ 19 Maret 1989, b). Nama Orang Tua : Hasrul Hasan dan Siti Anisah, c). Fakultas : Ekonomi, d). Jurusan : Akuntansi, e.) No. Bp : 07953019 f). Tanggal Lulus : 21 April 2012 h). Prediket lulus : Sangat Memuaskan g). IPK : 3.08 h) Lama Studi : 4 tahun 8 bulan i). Alamat Orang Tua: Jl. Aru Indah NO.13 Padang

**ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN INFORMASI SOSIAL DALAM LAPORAN TAHUNAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

Skripsi S1 Oleh **MUHAMAD HASRI**, Pembimbing : **Drs. H. FAUZI SAAD, MM, Akt**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor faktor perusahaan yang diprosikan dalam ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan informasi sosial suatu perusahaan.

Sampel dalam penelitian ini yaitu laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010. Metode yang digunakan dalam pemilihan objek pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi linier berganda yang dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS versi 16.0 for Windows.

Hasil regresi menunjukkan adanya pengaruh positif ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan informasi sosial, sedangkan *leverage* dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial suatu perusahaan.

**Kata Kunci** : pengungkapan informasi sosial, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 21 April 2012, dengan penguji :

<b>Tanda Tangan</b>	1.	2.
<b>Nama Terang</b>	<b>Drs. H. Fauzi Saad, MM. Akt</b>	<b>Dra. Warnida, MM, Akt</b>

Mengetahui,

Ketua Jurusan Akuntansi :

**DR. Yuskar, SE, MA, Ak**  
NIP. 196009111986031001

Tanda tangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas dan telah mendapat Nomor Alumnus:

Petugas Fakultas / Universitas Andalas		
No Alumni Fakultas	Nama:	Tanda tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda tangan:

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT. karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis telah dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Ssosial dalam Laporan Tahunan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”** yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata satu Jurusan Akuntansi Program Ekstensi Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang.

Dalam penulisan skripsi ini penulis tidak lepas dari doa, dukungan dan bimbingan baik moril maupun materil dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ayahanda **Hasrul Hasan** dan Ibunda **Siti Anisah** tercinta. Terima kasih penulis ucapkan untuk pengorbanan, nasehat dan dukungan tiada hentinya yang diberikan hingga bisa menyelesaikan studi ini.
2. **Bapak Drs. H. Fauzi Saad, MM, Akt.** Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya memberikan bimbingan, nasehat, dan petunjuknya dalam penulisan skripsi ini sekaligus sebagai Dosen Penguji bersama **Dra. Warnida, M.Si Akt** yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam ujian komprehensif serta atas saran - saran dan nasehat - nasehat yang telah diberikan kepada penulis.
3. **Prof.Dr.H. Syafruddin Karimi, SE, MA.** Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang.
4. **Dr. H. Yuskar, SE.MA.Ak.** Selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Andalas Padang.

5. **Ibu Dra. Sri Dewi Edmawati, M.Si. Akt.** Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Program Ekstensi Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang.
6. Kakanda Harri Trisna AS ST SPd MM dan kel (uni Sri, Deryl dan Denzel), kakanda Adi Budiarsah S.Kom dan kel (uni Che dan rafif). Makasih banyak atas support selama ini baik dari segi materil maupun secara moril.
7. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar Jurusan Akuntansi Program Ekstensi Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
8. Adinda tercinta Engrid Latifa NK S.Si. Makasih banyak atas support dan waktunya selama ini yang telah menemani kanda hingga bisa menyelesaikan studi ini. I love you so much.
9. Teman-teman angkatan 2007 jurusan Akuntansi Ilham, Very, Riki, Rama, Fadil, Akmal, Agil, Ayu, Rinda, Wahyu, Ary, Bayu, Dyo, Dacinop, Rifki, Yuvi, Oliv, Mea, Esti, Nova, Pinta dan seluruh teman2 Akt 07, makasih banyak atas pertemanan dan persahabatan selama ini.
10. Keluarga KKN jorong dalam nagari. Audrey(puan), Resta(kunyuk), Rahil(iil), Yana(bebeb) dan Soni. We make the unforgettable memories. Serta seluruh teman sahabat dan saudara yang namanya tidak bisa penulis sebutkan satu persatu disini.

Semoga Allah membalas semua pengorbanan dan budi baik yang diberikan kepada penulis. Penulis mohon maaf apabila ada kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan karya ini semoga bermanfaat bagi kita semua.

Padang, April 2012

Penulis

# DAFTAR ISI

*Halaman*

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**LEMBAR PERNYATAAN**

**ABSTRAK**

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>vii</b>

## **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan .....	7

## **BAB II TELAAH PUSTAKA**

A. Landasan Teori .....	9
1. Teori Agensi .....	10
2. Teori Legitimasi .....	12
3. Tanggung Jawab Sosial .....	15
4. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.....	20
5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial .....	23
6. Penelitian Terdahulu.....	28
B. Kerangka Pemikiran .....	31
C. Hipotesis .....	32

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
B. Jenis dan Sumber Pengumpulan Data .....	37
C. Metode Pengumpulan Data.....	37
D. Variabel Penelitian.....	38
1. Variabel Dependen Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	38
2. Variabel Independen.....	39
E. Metode Analisis.....	41
1. Statistik Deskriptif.....	41
2. Uji Asumsi Klasik .....	41
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	43

### **BAB IV ANALISIS DATA**

A. Data Penelitian.....	46
1. Deskripsi Objek Penelitian.....	46
2. Statistik Deskriptif.....	46
B. Uji Asumsi Klasik .....	49

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	57
B. Saran .....	57
C. Keterbatasan Penelitian .....	58

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>viii</b>
-----------------------------	-------------

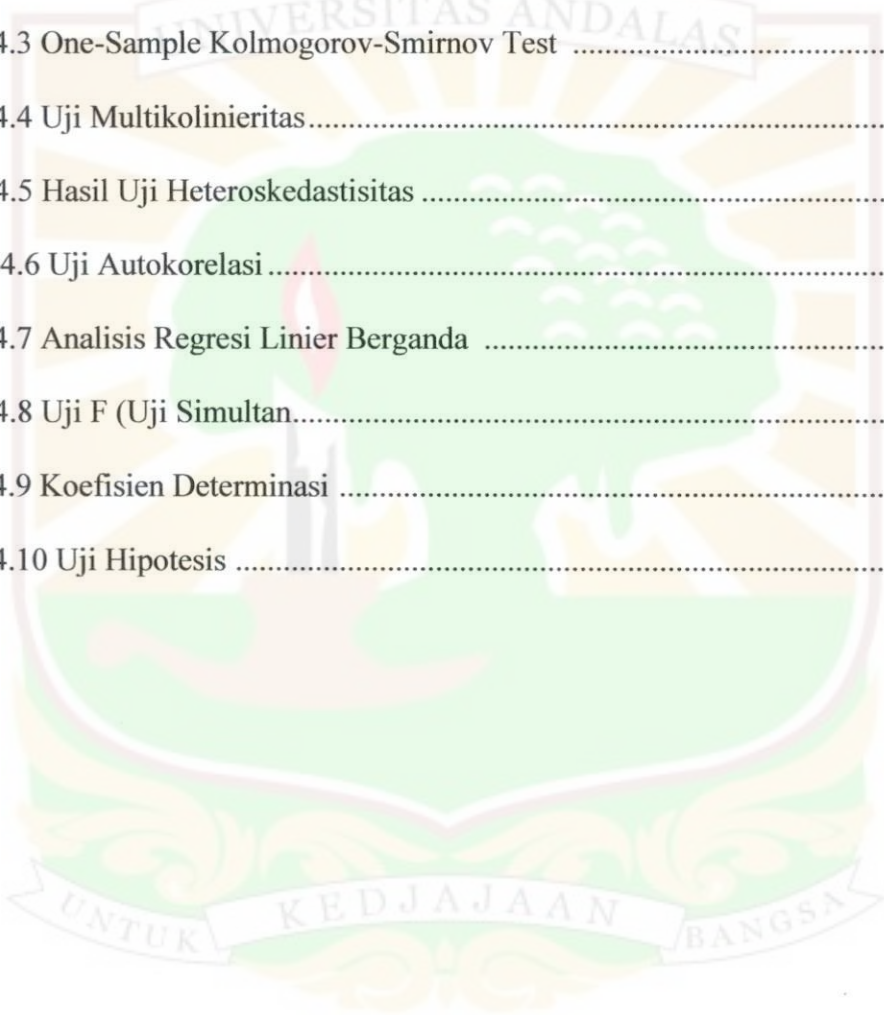
### **LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

*Halaman*

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 4.1 Deskripsi Subyek Penelitian .....	46
Tabel 4.2 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian .....	47
Tabel 4.3 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	49
Tabel 4.4 Uji Multikolinieritas .....	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	51
Tabel 4.6 Uji Autokorelasi .....	52
Tabel 4.7 Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
Tabel 4.8 Uji F (Uji Simultan).....	53
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi .....	54
Tabel 4.10 Uji Hipotesis .....	55





## DAFTAR GAMBAR

*Halaman*

Gambar 2.1 Tingkatan Tanggung Jawab Perusahaan .....	17
Gambar 2.2 Kerangka konseptual .....	31
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot .....	50



## DAFTAR LAMPIRAN

*Halaman*

LAMPIRAN A. Daftar Perusahaan Sampel.....	59
LAMPIRAN B. Indeks pelaporan global (GRI) .....	60
LAMPIRAN C. Alur uji regresi SPSS.....	66



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan yang menjalankan aktivitas bisnis di tengah masyarakat merupakan bagian dari masyarakat. Publik semakin menyadari akan peran perusahaan ditengah masyarakat. Perusahaan yang mempunyai tujuan dalam meningkatkan laba dan kesejahteraan perusahaan juga harus memperhatikan lingkungan sosial dan rasa peduli terhadap lingkungan dengan menaati aturan dan norma yang berlaku di lingkungan operasional perusahaan. Perusahaan harus mampu menjaga kepentingan-kepentingan lainnya, memenuhi keinginan publik serta mengambil tindakan yang positif dan memberikan kontribusi demi menerima kepercayaan dari publik (Nurdin, 2008).

Dalam perkembangan ekonomi banyak hal yang menjadi perubahan bagi sebuah perusahaan. Perubahan tersebut tidak hanya dari sisi ekonomi perusahaan, tetapi juga berdampak pada lingkungan dan sosial perusahaan. Banyak faktor yang menyebabkan terjadinya perubahan, salah satunya perkembangan teknologi yang sangat cepat. Teknologi yang digunakan perusahaan juga akan berdampak terhadap lingkungan. Dalam menjaga eksistensinya, perusahaan juga tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Karena masyarakat merupakan salah satu bagian dan partner bisnis bagi perusahaan (Mirfazli dan Nurdiono, 2007).

Hubungan timbal balik yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat diharapkan sama-sama memberikan keuntungan bagi keduanya. Perusahaan dan masyarakat adalah pasangan hidup yang saling memberi dan membutuhkan. Kontribusi dan harmonisasi keduanya akan menentukan keberhasilan pembangunan bangsa. Keberhasilan suatu usaha juga dipengaruhi oleh kondisi lingkungan sosial. Lingkungan sosial menuntut dunia usaha untuk lebih transparan menjalankan kegiatan dan operasional bisnis (Nurdin, 2008).

Perusahaan yang hanya berorientasi pada laba seringkali tidak memikirkan dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut dari aktivitas operasinya. Limbah yang dihasilkan akan membahayakan dan merusak lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Hal ini seharusnya menjadi catatan dan perhatian bagi perusahaan, perusahaan bukan hanya memperhatikan catatan keuangan semata. Tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan aspek lingkungan. Perusahaan diharapkan dapat menangani semua akibat yang dihasilkan dari aktivitas operasinya terhadap lingkungan dan masyarakat (Apriwenni, 2009).

Saat ini informasi sosial perusahaan menjadi isu hangat yang dibicarakan. Pengungkapan informasi sosial atau yang sering disebut juga sebagai tanggung jawab sosial sebuah perusahaan dilaporkan dalam laporan tahunan sebuah perusahaan. Dalam laporan tahunan tersebut terdapat pengungkapan wajib dan pengungkapan suka rela. Pengungkapan wajib lebih mengarah kepada aspek keuangan perusahaan, sedangkan pengungkapan suka rela berupa informasi tambahan seperti perencanaan masa depan perusahaan, proyeksi perusahaan terhadap pasar dan tambahan informasi lainnya (Johan dan Lekok, 2006).

Pengungkapan informasi sosial atau tanggung jawab sosial dimaksudkan untuk memacu dunia usaha agar lebih beretika dalam menjalankan aktivitas operasinya agar tidak berpengaruh dan berdampak buruk bagi lingkungan dan masyarakat tempat beroperasinya perusahaan. Sehingga aktivitas operasi perusahaan dapat berjalan dengan baik dan keberlangsungan usaha tetap bertahan untuk memperoleh manfaat ekonomi yang merupakan tujuan dari dibangunnya sebuah usaha (Apriwenni, 2009).

Masih menurut Apriwenni (2009) bahwa perusahaan memang sudah selayaknya untuk melakukan tanggung jawab sosial. Tetapi harus ada aturan dan undang-undang yang mengatur tentang diwajibkannya perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan yang dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan harus jelas dan terbuka. Pengungkapan yang ada dalam laporan tahunan harus sesuai dengan apa yang telah dilakukan oleh perusahaan. Untuk itulah aturan diperlukan agar kejelasan pengungkapan bukan hanya sekedar menguntungkan perusahaan, tetapi juga harus memberikan kenyataan yang positif bagi lingkungan dan masyarakat.

Laporan tahunan merupakan sumber bagi investor dalam mencari informasi mengenai keadaan dan kondisi suatu perusahaan. Dengan informasi tersebut investor dapat mempertimbangkan dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi di pasar modal. Namun informasi yang dibutuhkan oleh investor kebanyakan bersifat informasi mengenai keuangan suatu perusahaan. Informasi mengenai tanggung jawab sosial sebuah perusahaan seringkali dikesampingkan oleh investor, karena investor memang hanya berorientasi pada keuntungan yang diterima atas penanaman modal yang dilakukannya. Sehingga manajemen pun

tidak terlalu mengedepankan informasi mengenai tanggung jawab sosial selain karena pengungkapan informasi tanggung jawab sosial sebuah perusahaan memang bersifat suka rela (Simanjuntak dan Widiastuti, 2004).

Lebih lanjut Almilia dan Retrinasari (2007) menjelaskan bahwa tingkat pengungkapan suatu laporan perusahaan dapat mempengaruhi seberapa besar informasi yang diterima oleh pihak yang berada di luar manajemen suatu perusahaan. Informasi yang ada dalam laporan keuangan harus memadai, sehingga pihak luar dapat mengambil keputusan yang tepat dan dengan keputusan yang tepat tersebut pihak luar dan pemakai informasi lainnya tidak dirugikan atas pemakaian sebuah informasi. Perusahaan diharapkan lebih transparan dalam mengungkapkan informasi agar pengambil keputusan dapat mengantisipasi perubahan ekonomi.

Akuntansi konvensional lebih memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemberi kredit daripada kepentingan lainnya. Sehingga tuntutan terhadap perusahaan semakin besar. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan pemegang saham dan pemberi kredit, tetapi juga mementingkan karyawan, konsumen dan masyarakat. Perusahaan punya tanggung jawab terhadap lingkungan, sosial dan masyarakat, namun kadangkala perusahaan mengabaikannya. Perusahaan sering melalaikannya dengan alasan bahwa hal tersebut tidak memberikan nilai balik terhadap perkembangan perusahaan. Ini disebabkan karena tidak adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat seperti yang telah diharapkan (Anggraini, 2006).

Akuntansi merupakan media yang menjadi informasi dalam melaporkan segala aktivitas perusahaan. Semua yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan baik operasional, produksi, maupun pemasaran yang bersifat finansial harus tanggap terhadap reaksi lingkungan sosial perusahaan. Seharusnya semua aspek keuangan yang ada dalam perusahaan bukan hanya bertujuan mengelola kegiatan teknis dan operasional perusahaan, tetapi juga dikontribusikan terhadap lingkungan dan sosial (Murniningsih, 2007).

Belum ada kewajiban mengenai pengungkapan informasi sosial perusahaan yang diatur dalam standar akuntansi keuangan di Indonesia. Artinya bahwa pengungkapan informasi sosial tersebut hanya bersifat suka rela (Anggraini, 2006).

Dalam penelitiannya Anggraini (2006) menemukan hasil bahwa persentase kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial. Artinya semakin besar kepemilikan manajer dalam perusahaan, akan semakin besar jumlah pengungkapan informasi sosialnya. Anggraini juga menemukan hasil bahwa tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial. Sedangkan ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas anggraini menemukan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial.

Dari keseluruhan latar belakang yang telah diungkapkan diatas maka penelitian ini mengambil judul “ **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Tahunan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia**”

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka masalah yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan?
2. Apakah terdapat pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan?
3. Apakah terdapat pengaruh leverage terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan?
4. Apakah terdapat pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.
2. Menguji pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.
3. Menguji pengaruh leverage terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.
4. Menguji pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.



#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut ini.

1. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan dalam bidang akuntansi pertanggungjawaban sosial secara nyata.
2. Bagi perguruan tinggi, penelitian ini dapat dijadikan pelengkap materi perkuliahan dengan memberikan gambaran penerapan pengungkapan sosial pada perusahaan-perusahaan di Indonesia.
3. Bagi dunia usaha, hasil penelitian dapat mendorong peningkatan praktik pengungkapan tanggung jawab sosial laporan tahunan mereka.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan hasil penelitian ini terdiri dari 5 bab yaitu:

##### **Bab I: Pendahuluan**

Dalam bab ini diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

##### **Bab II: Tinjauan Pustaka**

Dalam bab ini diuraikan tinjauan pustaka yang memuat landasan teori penelitian, penelitian terdahulu dan pengembangan hipotesis serta kerangka teoritis.

### Bab III: Metodologi Penelitian

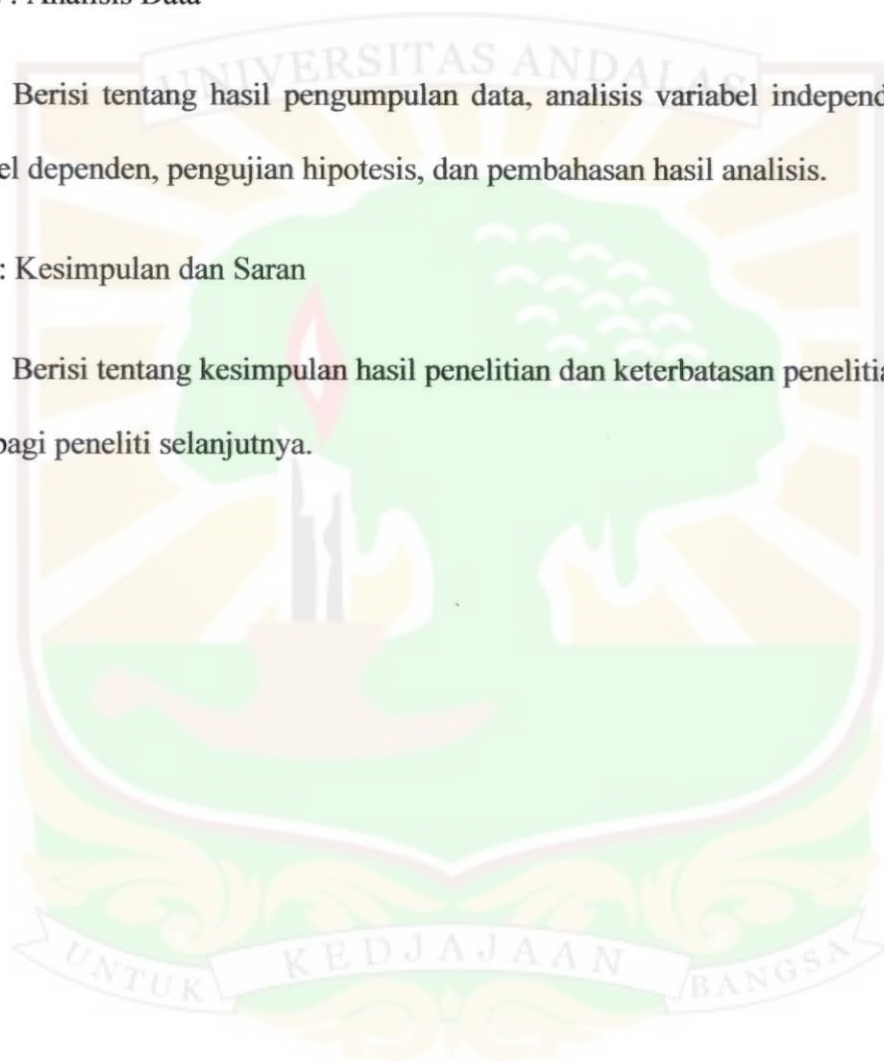
Berisi tentang desain penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, variabel penelitian dan pengukurannya, dan metode analisis data yang terdiri dari pengujian data dan pengujian hipotesis.

### Bab IV: Analisis Data

Berisi tentang hasil pengumpulan data, analisis variabel independen dan variabel dependen, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil analisis.

### Bab V: Kesimpulan dan Saran

Berisi tentang kesimpulan hasil penelitian dan keterbatasan penelitian serta saran bagi peneliti selanjutnya.



## BAB II

### TELAAH PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

Seiring dengan kemajuan industri dalam beberapa tahun terakhir juga menyebabkan kemajuan dalam praktik pelaporan keuangan dengan makin banyaknya informasi yang diungkapkan dalam pelaporan keuangan melalui pengungkapan sukarela. Salah satu aspek yang diungkapkan secara sukarela dalam pelaporan keuangan tersebut adalah informasi tentang aspek sosial dan lingkungan yang berkaitan dengan kegiatan bisnis perusahaan. Perusahaan dituntut untuk lebih transparan dalam mengungkapkan semua informasi yang berkaitan dengan aktivitas operasinya. Sehingga dapat membantu dalam mengambil kebijakan sesuai dengan perubahan kondisi ekonomi. Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis, semua informasi yang termuat dalam laporan tahunan menjadi sesuatu yang sangat penting dalam mengoptimalkan pengalokasian dana dan investasi untuk hasil yang maksimal (Hardiningsih, 2008).

Beberapa studi tentang pengungkapan sosial telah menggunakan teori legitimasi dan teori agensi sebagai basis dalam menjelaskan praktik pengungkapan sosial. Dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan sosial, penelitian ini menggunakan teori agensi dan legitimasi sebagai dasar dalam menjelaskan praktik pengungkapan sosial.

## 1. Teori Agensi

Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan hubungan keagenan sebagai suatu kontrak kerjasama antara pemilik perusahaan dengan agen atau orang yang akan menjalankan keputusan dari pemilik.

Teori agensi merupakan teori yang menyatakan bahwa manajer selaku orang yang menjalankan perusahaan punya tanggungjawab terhadap pemilik perusahaan. Dimana para manajer sebagai agen atau orang yang menjalankan perusahaan akan melaporkan segala kegiatan yang bertujuan untuk menghasilkan laba perusahaan kepada dewan komisaris sebagai pemilik atau perwakilan pemilik dari perusahaan. Teori agensi atau teori keagenan menjelaskan bagaimana hubungan antara pemilik perusahaan dengan orang yang dipekerjakan oleh pemilik perusahaan tersebut untuk menjalankan perusahaan sehingga mendatangkan nilai tambah bagi perusahaan. (Jensen dan Meckling, 1976).

Teori keagenan juga menyatakan bahwa pemegang saham atau prinsipal juga menyediakan fasilitas kepada agen atau manajer dalam mengelola dan menjalankan perusahaan, sedangkan manajer punya tanggung jawab kepada pemegang saham untuk mengelola dan menjalankan bisnis perusahaan yang mendatangkan nilai tambah bagi perusahaan. Manajer diharuskan melaporkan kinerjanya secara berkala untuk mempertanggungjawabkan pekerjaan dan usaha yang telah dilakukannya kepada pemegang saham. Sedangkan pemegang saham akan membaca dan menilai laporan dari manajemen. Sehingga laporan keuangan merupakan sarana pertanggung jawaban bagi manajemen kepada pemilik perusahaan (Simanjuntak dan Widiastuti, 2004).

Konsep pemisahan wewenang berdasarkan teori agensi jelas akan memberikan kegiatan terpisah antara pemilik perusahaan dengan orang yang akan menjalankan perusahaan atau manajer. Pemilik hanya sebagai pihak yang menyetorkan modal ke dalam perusahaan, sedangkan manajer adalah orang yang diberi hak wewenang dan tugas oleh pemilik dalam mengelola dan mengambil keputusan. Sehingga dengan pemisahan tugas tersebut maka akan timbul kepentingan-kepentingan antara pemilik dengan manajer. Manajer dapat melakukan kepentingannya sendiri dalam mengelola dengan mengabaikan kepentingan dari pemilik perusahaan. Manajer mampu untuk memperkaya diri sendiri dan melakukan tindakan lainnya yang bertentangan dengan keinginan dari pemilik perusahaan. Dengan demikian pemilik sudah seharusnya mengatasi hal tersebut, salah satunya yaitu dengan cara memberikan gaji yang memadai kepada manajer, melakukan monitoring dan pengawasan, mengaudit laporan keuangan dan sebagainya. Sehingga manajer akan lebih bertanggung jawab dan transparan, termasuk dalam penyusunan laporan keuangan (Sudana dan Airlindania, 2011).

Menurut Suhardjanto dan Wardhani (2010) bahwa agensi teori menempatkan pengungkapan sebagai bentuk dan cara untuk mengurangi biaya yang timbul akibat konflik antara manajer dengan pemilik perusahaan dan konflik antara perusahaan dengan krediturnya. Sehingga pengungkapan dijadikan sebagai mekanisme untuk memantau kinerja manajer. Manajer akan merasa didorong untuk melakukan pengungkapan seperti pengungkapan informasi sosial.

Selain itu menurut Haryono (2005) konflik antara manajer dengan pemilik perusahaan ditimbulkan karena para pengambil keputusan tidak ikut menanggung resiko atas keputusan dan kebijakan bisnis yang salah atau tidak mampu

mengembangkan perusahaan dan tidak meningkatkan nilai perusahaan. Semua resiko yang terjadi merupakan tanggung jawab dan konsekuensi yang diterima oleh pemilik perusahaan, bukan oleh manajer. Manajer hanya mengelola, mengambil keputusan dan kebijakan aktivitas operasional perusahaan, tetapi tidak ikut menanggung resiko kerugian atas kegiatan tersebut. Penyebab lain yaitu pemilik juga mungkin hanya memikirkan resiko investasi atau hanya menginginkan keuntungan dari modal yang ditanamkannya, sedangkan manajer memikirkan bagaimana perusahaan bisa tumbuh besar dan berkembang, serta berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hal-hal yang bertentangan dan kepentingan yang berlawanan antara manajer dengan pemilik ini menimbulkan konflik yang disebut konflik keagenan (Haryono, 2005).

## **2. Teori Legitimasi**

Salah satu teori yang mendukung bahwa perusahaan harus mengungkapkan informasi sosial adalah teori legitimasi. Teori legitimasi menyatakan bahwa jika perusahaan ingin diakui keberadaannya di mata masyarakat, maka perusahaan tersebut harus memberikan kontribusi yang positif kepada masyarakat. Salah satu caranya yaitu dengan menyampaikan kontribusi yang telah dilakukannya. Sehingga perusahaan mendapat legitimasi dari masyarakat dan lingkungannya. Perusahaan secara berkelanjutan akan mencari cara untuk menjamin keberlangsungan usahanya ditengah-tengah masyarakat yang mengharuskan perusahaan untuk menjalin kontrak sosial dengan lingkungan tempat beroperasinya suatu perusahaan (Widarjo, 2011)

Kontrak sosial yang dimaksud adalah adanya ikatan sosial antara perusahaan dengan lingkungan sekitar dan masyarakat. Masyarakat akan

memberikan citra yang positif kepada perusahaan jika perusahaan memberikan nilai- nilai positif kepada masyarakat, sehingga adanya pengakuan dari masyarakat. Teori legitimasi yang mendorong perusahaan untuk mendapatkan pengakuan dari masyarakat dengan cara mengungkapkan informasi sosial dalam laporan tahunan perusahaan (Widarjo, 2011).

Selain itu menurut Suhardjanto dan Wardhani (2010) bahwa perusahaan juga harus menunjukkan yang mereka lakukan dan mereka punya yang tak kasat mata (intangibles) kepada masyarakat untuk mendapat legitimasi dari masyarakat. Bukan hanya sekedar menunjukkan asset nyata yang mereka punya sebagai suatu kesuksesan atau seberapa besar perusahaan tersebut.

Guthrie dan Parker (1989) dalam Haron dkk.(2008:89) mendefinisikan teori legitimasi sebagai berikut:

*“based on the notion that business operates in society via a social contract where it agrees to perform various socially desired actions in return for approval of its objectives, other rewards and its ultimate survival”*

Dari definisi teori legitimasi yang disampaikan oleh guthrie dan parker dapat diambil pengertian bahwa kontrak sosial dan imbalan sosial yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk mendapat legitimasi dari lingkungan sekitarnya mempunyai tujuan untuk keberlangsungan hidup perusahaan.

Legitimasi juga dikaitkan dengan nilai-nilai dan norma-norma sosial serta batasan dan reaksi yang ditekankan terhadap nilai dan norma tersebut menyebabkan pentingnya analisis perilaku organisasi yang memperhatikan lingkungan. Sedemikian pentingnya legitimasi yaitu jika perusahaan mampu menjalankan operasi bisnis dengan baik, akan tetapi disisi lain mengabaikan nilai-nilai dan norma- norma sosial yang menyebabkan rendahnya nilai perusahaan

tersebut dimata sosial yang menyebabkan perusahaan tersebut tidak mendapat legitimasi dari masyarakat sehingga akan mengancam keberlangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Legitimasi adalah teori yang memandang perusahaan sebagai salah satu komponen besar dalam suatu lingkungan masyarakat. Legitimasi mengakui adanya keterbatasan bisnis yang disebabkan kontrak sosial yang menyebutkan bahwa untuk dapat diterima dan diakuinya perusahaan ditengah lingkungan dan masyarakat, maka perusahaan harus menunjukkan aktivitas sosial kepada lingkungan (Utami dan Prastiti, 2011).

Hidayati dan Murni (2009) mengungkapkan legitimasi yang diperoleh perusahaan dalam cakupan yang lebih luas, bukan hanya dari masyarakat. Yaitu legitimasi dari pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung seperti pemerintah, investor, kreditur, konsumen dan lainnya. Perusahaan akan berusaha untuk mematuhi peraturan dan undang-undang, melaporkan kinerja keuangan yang baik, melunasi kewajiban dengan baik dan meningkatkan layanan dan mutu produk untuk mendapat legitimasi dari pihak-pihak tersebut. Perusahaan dipandang sebagai entitas yang terikat dengan semua kepentingan, sehingga memaksa perusahaan untuk memenuhi kepentingan-kepentingan tersebut.

Lebih lanjut Nurdin (2008) menjelaskan bahwa pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan bukan hanya kepentingan ekonomi perusahaan saja, tetapi juga karena adanya tekanan dari pekerja, konsumen, aktivis lingkungan dan sebagainya. Pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan menjadikan perusahaan merasa eksistensi dan aktivitas operasionalnya terlegitimasi oleh lingkungan disekitarnya. Karena dampak yang



ditimbulkan oleh aktivitas operasional perusahaan akan menjadi perhatian dan hal penting bagi masyarakat. Masyarakat akan terus menyoroiti dampak lingkungan dan dampak sosial yang ditimbulkan sebagai akibat dari aktivitas perusahaan. Untuk itu perusahaan merasa perlu untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dan lingkungan.

### **3. Tanggung Jawab Sosial**

Guthrie dan Mathews (1985) dalam Sembiring (2005:379) mengungkapkan tanggungjawab sosial sebagai berikut :

“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.”

Dari penjelasan tersebut lebih ditekankan bahwa tanggung jawab sosial itu digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya. Ini artinya bahwa perusahaan punya tanggung jawab dalam pelaporan dan pengungkapan mengenai hal-hal, interaksi, dan kontribusi yang telah dilakukan oleh perusahaan dengan lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Sehingga lingkungan dan masyarakat sekitar mendapatkan informasi yang memadai.

Tanggungjawab sosial perusahaan juga digambarkan sebagai mekanisme bagi suatu perusahaan untuk memberikan perhatian terhadap sosial dan lingkungan. Kejadian-kejadian yang menjadi tanggung jawab sosial seperti kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya akan diungkapkan dalam pelaporan yang disebut sustainability reporting. Sustainability reporting bukan sekedar laporan yang isinya bersifat

sementara, akan tetapi lebih dimaksudkan untuk adanya pembangunan berkelanjutan dalam laporan tersebut sehingga laporan tersebut seharusnya menjadi laporan strategik yang berlevel tinggi yang menyediakan informasi mengenai pembangunan berkelanjutan (Anggraini, 2006).

Menurut Mirfazli dan Nurdiono (2007) pengertian tanggung jawab sosial perusahaan itu diartikan dalam pandangan yang lebih luas. Dimana tanggung jawab sosial dipandang sebagai sebuah konsep yang lebih manusiawi. Perusahaan atau sebuah organisasi dianggap sebagai agen moral, yang dengan ada atau tidaknya peraturan dan hukum, perusahaan atau organisasi harus tetap menjunjung tinggi moralitas. Sehingga akan terbentuk organisasi atau perusahaan yang mengedepankan nilai-nilai etika dan nilai-nilai sosial. Perusahaan akan menjadi entitas yang peduli dan tanggap tanpa ada peraturan dan pengawasan dari siapapun, termasuk dalam melakukan tanggung jawab sosial. Sehingga hal tersebut berdampak positif dan bermanfaat terhadap masyarakat.

Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Hasibuan (2001:15) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan dapat dibagi menjadi tiga level sebagai berikut:

a. *Basic responsibility* (BR)

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

b. *Organization responsibility* (OR)

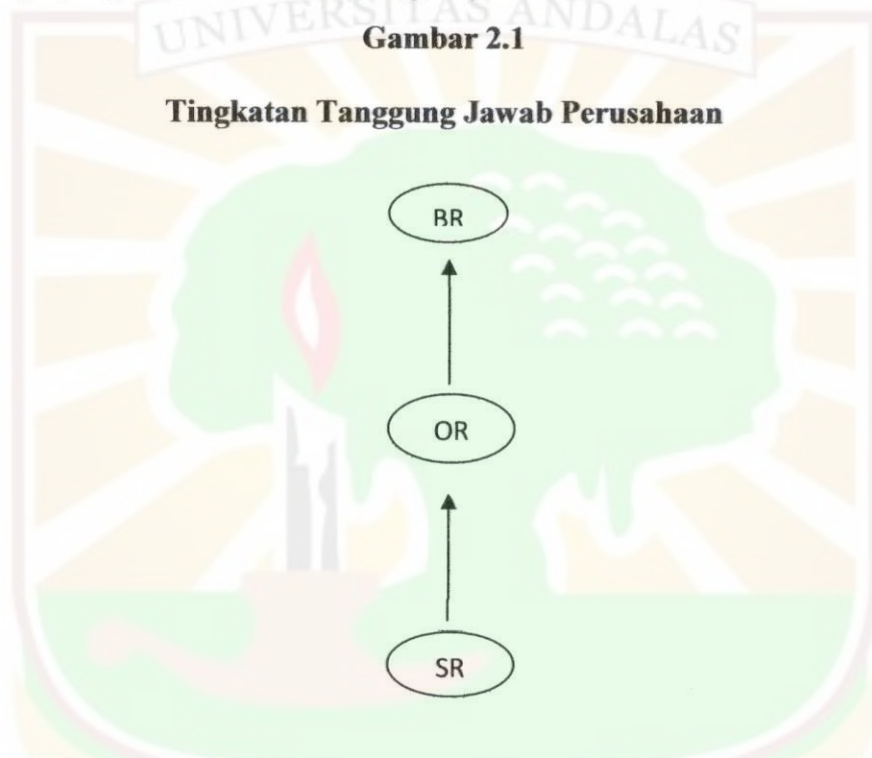
Pada level kedua ini menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan "Stakeholder" seperti pekerja, pemegang saham, dan masyarakat di sekitarnya.

c. *Societal responses (SR)*

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

**Gambar 2.1**

**Tingkatan Tanggung Jawab Perusahaan**



*Sumber : Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Hasibuan (2001)*

Dari tingkatan tanggung jawab di atas dapat dinyatakan bahwa tanggung jawab sosial merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban yang seharusnya dilakukan perusahaan, atas dampak yang ditimbulkan dari aktivitas operasionalnya. Baik yang akan berpengaruh terhadap lingkungan internal maupun eksternal 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.

Tanggung jawab sosial sebuah perusahaan tidak dapat dipisahkan dari aktivitas operasional yang dilakukan oleh perusahaan. Pertanggung jawaban dalam aktivitas operasional perusahaan akan diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan. Termasuk pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai salah satu bentuk pertanggung jawaban kepada pemilik, kreditur dan masyarakat sosial. Zhegal dan Ahmad (1990) dalam Anggraini (2006:5) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan, yaitu sbb :

1. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
2. Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi.
3. Praktik bisnis yang wajar, meliputi pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial.
4. Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni.
5. Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi.

Dengan semakin berkembangnya perusahaan maka perusahaan juga akan semakin dituntut untuk memperhatikan kepentingan-kepentingan yang berada disekitar perusahaan. Perusahaan bukan sekedar sebuah entitas yang mementingkan manajemen dan memperkaya pemilik atau para pemegang sahamnya, akan tetapi juga harus mensejahterahkan karyawannya, memberikan layanan konsumen yang baik dan juga adanya kontribusi kepada masyarakat sekitar. Namun disisi lain perusahaan juga sering mengabaikan hal tersebut. Dengan anggapan bahwa tidak adanya kontribusi yang diterima oleh perusahaan ini terjadi karena tidak adanya hubungan timbal balik yang saling memberikan nilai positif satu sama lain antara perusahaan dengan lingkungan sekitarnya (Anggraini, 2006).

Konsep tanggung jawab sebuah perusahaan juga dikaitkan dengan keharusan sebuah organisasi khususnya perusahaan, untuk mempertimbangkan keinginan pelanggan, karyawan, masyarakat, pemegang saham dan lingkungan tempat operasional perusahaan tersebut dalam menjalankan segala aktivitasnya. Disini perusahaan dianggap melaksanakan tanggung jawab sosial bukan hanya berdasarkan keinginan dan kemampuan perusahaan semata, dan juga bukan sekedar hanya untuk memenuhi dan melaksanakan kewajiban kepada masyarakat dan lingkungan sosial saja, akan tetapi lebih daripada itu yakni perusahaan juga mempertimbangkan keinginan dari masyarakat dan lingkungan. Perusahaan harus menilai aspek aspek apa saja yang dikehendaki dan harus dipenuhi oleh sebuah perusahaan terhadap lingkungan sosial (Apriwenni, 2009).

Semakin sadarnya perusahaan akan pentingnya kelangsungan hidup sebuah perusahaan tergantung dari hubungan antara perusahaan tersebut dengan

lingkungan, maka tanggung jawab sosial juga akan menjadi sebuah keharusan bagi perusahaan tersebut. Dengan demikian, apa yang sudah menjadi tanggung jawab sebuah perusahaan dan apa yang menjadi keinginan masyarakat sosial dan lingkungan akan bisa terwujud dan terlaksana dengan baik (Sayekti dan Wondabio, 2008).

#### **4. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Simanjuntak dan Widiastuti (2004) menyatakan bahwa hasil akhir dari sebuah proses akuntansi adalah laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan sarana dan alat komunikasi bagi manajer kepada pihak-pihak yang berkepentingan termasuk investor luar, yaitu investor publik yang tidak ikut dalam pengelolaan sebuah perusahaan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial atau pelaporan informasi sosial suatu perusahaan juga sering disebut sebagai *accounting social, corporate social reporting, social disclosure*. Mathews (1995) dalam Sembiring (2005). Pengungkapan tanggung jawab sosial dapat diartikan sebagai bentuk pengkomunikasian dari dampak sosial dan lingkungan atas kegiatan operasional perusahaan dalam menjalankan bisnis dan kegiatan ekonomi terhadap orang yang berkepentingan dan masyarakat di lingkungan perusahaan. Hal ini memperluas tanggung jawab sebuah perusahaan bukan hanya sekedar menjalankan bisnis dan mencari laba, tetapi juga punya tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar dan perusahaan didorong untuk mengkomunikasikan tanggung jawabnya tersebut (Sembiring, 2005).

Sedangkan menurut ISO 26000 dalam Sudana dan Airlindania (2011:38) tanggung jawab sosial perusahaan adalah :

“tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan, yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis, yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.”

Dari pengertian tanggung jawab sosial menurut iso tersebut organisasi atau dalam hal ini perusahaan punya tanggung jawab atas keputusan yang berdampak terhadap masyarakat dan lingkungan. Perusahaan diminta transparan dan etis, menaati hukum dan norma-norma dan integritas perusahaan dalam melakukan pembangunan berkelanjutan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan membangun citra perusahaan serta mendapat sorotan yang baik dari masyarakat. Dengan adanya perhatian yang baik dari masyarakat tersebut, secara tidak langsung perusahaan sudah mendapat legitimasi dari masyarakat. Dalam pelaporan informasi sosial juga ada biaya yang diperlukan oleh perusahaan, sehingga laba yang dilaporkan menjadi lebih rendah (Anggraini, 2006)

Pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya penting untuk ditinjau dan dikaji, dengan tujuan untuk menghasilkan gambaran tentang pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh sebuah perusahaan. Pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan juga sebagai sarana akuntabilitas kepada publik. Sehingga informasi yang diungkapkan oleh perusahaan tersebut dapat menjadi sumber penilaian bagi publik terhadap suatu perusahaan (Almilia dan Retrinasari, 2007).

Pengungkapan informasi dalam laporan keuangan dapat digolongkan menjadi dua, yaitu pengungkapan wajib (mandatory disclosure) dan

pengungkapan sukarela (voluntary disclosure). Pengungkapan wajib merupakan pengungkapan minimum yang dipersyaratkan harus ada dalam pelaporan keuangan suatu perusahaan, sedangkan pengungkapan suka rela adalah pengungkapan yang tidak wajib yang sifatnya suka rela dengan kata lain boleh diungkapkan atau tidak diungkapkan dalam pelaporan keuangan suatu perusahaan tanpa diharuskan oleh peraturan yang berlaku. Sebagai sarana pengambilan keputusan bagi investor, laporan keuangan perusahaan diwajibkan memenuhi pengungkapan minimum. Akan tetapi untuk pengungkapan suka rela antar perusahaan berbeda secara substansial jumlah informasi tambahan yang mereka ungkapkan (Murni, 2004).

Kegiatan perusahaan yang mempunyai tujuan utama menghasilkan laba harus dipantau bukan hanya oleh para pemegang saja. Akan tetapi semua pihak yang berinteraksi dan terkait dengan kepentingan perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung, termasuk masyarakat di lingkungan operasional perusahaan. Masyarakat harus aktif dan kritis melihat dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan atas kegiatan operasionalnya. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh masyarakat adalah dengan melihat laporan tahunan perusahaan untuk mengetahui sejauh mana pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Pengungkapan dalam laporan keuangan berarti memberikan data dan informasi yang cukup mengenai aktivitas dan operasi suatu badan usaha. Pengungkapan bukan sekedar mencerminkan apa yang disampaikan oleh perusahaan dalam laporan keuangan, akan tetapi harus benar-benar mencerminkan apa yang telah dilakukan oleh perusahaan (Hardiningsih, 2008).



## **5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial**

Setiap perusahaan mempunyai kebijakan yang berbeda-beda mengenai pengungkapan sosial sesuai dengan karakteristik perusahaan. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi pertanggungjawaban sosial, dalam penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan pertanggungjawaban sosial diprosikan kedalam ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage dan ukuran dewan komisaris, yang dianggap sebagai variabel penduga dalam pengungkapan informasi sosial.

### **a. Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan atau size dari perusahaan dapat mempengaruhi luas atau besarnya pengungkapan terhadap tanggungjawab sosial perusahaan. Semakin besar perusahaan maka biaya keagenan yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut akan semakin besar pula. Untuk menekan biaya keagenan tersebut maka pengungkapan informasi sosial sebagai alasan untuk mengurangi biaya keagenan tersebut (Sembiring, 2005).

Selain itu semakin besar sebuah perusahaan maka sorotan publik terhadap perusahaan tersebut juga akan semakin besar. Ini menyangkut penilaian yang diberikan oleh publik terhadap perusahaan tersebut. Perusahaan yang lebih besar seharusnya mampu memberikan kontribusi yang lebih terhadap lingkungan dan masyarakat (Sembiring, 2005).

Perusahaan besar cenderung melaporkan laba sekarang yang lebih kecil dibandingkan dengan laba mendatang dengan tujuan untuk memberikan pencitraan adanya peningkatan yang dilakukan oleh perusahaan. Hal semacam ini ini disebut dengan biaya politis. Dimana perusahaan besar cenderung mengeluarkan biaya politis yang lebih besar. Salah satu cara yang dilakukan

perusahaan untuk menjadikan laba sekarang agar lebih rendah adalah dengan pengungkapan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial yang lebih banyak agar menimbulkan biaya yang lebih besar sehingga mengurangi laba (Anggraini, 2006).

Pengungkapan informasi sosial juga bertujuan bagi manajemen untuk menampakkan kepada pemilik modal dan pengguna laporan keuangan bahwa asset perusahaan digunakan bukan hanya untuk kepentingan sendiri, tetapi juga untuk kepentingan pemilik modal, lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Ini artinya bahwa manajemen juga menjadikan pengungkapan informasi sosial juga sebagai alat untuk menyampaikan kinerja sosial yang dilakukan manajemen dan juga sebagai sarana untuk menepis anggapan bahwa manajemen menggunakan asset perusahaan yang besar hanya untuk kepentingan manajemen melainkan juga untuk kepentingan yang lebih luas (Utami dan Prastiti, 2011).

Menurut Hardiningsih (2008) perusahaan besar mempunyai informasi yang lebih komplit daripada perusahaan kecil. Perusahaan-perusahaan besar dengan aktivitas dan operasional yang besar menjadikan informasi sebagai sesuatu yang sangat penting. Termasuk dalam pelaporan dan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan, informasi mengenai pengungkapan informasi sosial dipandang penting. Bagi manajemen penting diungkapkan sebagai tanggung jawab kepada pemilik perusahaan dan masyarakat. Bagi masyarakat penting karena sebagai bentuk tanggung jawab dan rasa peduli perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan.

Perusahaan besar dengan tenaga kerja yang lebih banyak juga dituntut untuk memperhatikan kesejahteraan tenaga kerjanya. Semakin banyak jumlah

tenaga kerja yang digunakan oleh manajemen, maka tuntutan terhadap manajemen juga akan semakin besar dalam memperhatikan tenaga kerjanya. Perhatian perusahaan terhadap tenaga kerja juga bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan. Kepentingan perusahaan yang mencari keuntungan dengan mempekerjakan karyawan harus diiringi dengan tanggung jawab sosial terhadap tenaga kerja yang dipakai oleh sebuah perusahaan. Dengan demikian pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan seharusnya juga akan semakin besar (Sudana dan Airlindania, 2011).

#### **b. Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Menurut Weston dan Copeeland (1992) dalam Sudana *et.,al* (2011) bahwa profitabilitas merupakan rasio yang mengukur efektivitas kinerja manajemen berdasarkan hasil penerimaan yang berasal dari aktivitas penjualan dan investasi. Kas masuk yang dihasilkan oleh perusahaan merupakan hasil dari kebijakan dan keputusan. Artinya setiap kebijakan dan keputusan yang dibuat berorientasi dan mengarah pada kas yang akan mengalir ke dalam perusahaan. Jika perusahaan mampu menghasilkan kebijakan dan keputusan yang tepat, maka hasil yang akan didapatkan oleh perusahaan akan sesuai dengan kebijakan dan keputusan yang telah dibuat (Sudana dan Airlindania, 2011).

Produktivitas dan keefisienan suatu badan usaha juga dapat dinilai dari rasio profitabilitasnya. Profitabilitas juga merupakan salah satu indikator penting untuk menghasilkan suatu kebijakan dan keputusan. Investasi dari seorang investor juga dapat dipengaruhi oleh rasio profitabilitas dimana perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi atau profitable mampu mengundang investor

untuk menanamkan modalnya dalam sebuah perusahaan. Profitabilitas juga mencerminkan keberhasilan manajemen perusahaan dalam menjalankan operasional perusahaan dengan baik. Dan jika rasio profitabilitas menurun atau rendah, maka investor tidak tertarik untuk menanamkan modal dan akan menarik modal yang telah ditanamkannya (Sudana dan Airlindania, 2011).

### *c. Leverage*

*Leverage* merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban atau utang-utangnya dengan asset. Atau dengan kata lain perbandingan total utang dengan asset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai *leverage* yang tinggi dituntut untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial yang lebih luas daripada perusahaan dengan leverage yang rendah. Hal ini disebabkan pemegang obligasi menuntut untuk dipenuhinya hak mereka sebagai pemberi kredit. Salah satunya mengenai kemana saja aliran dana kredit yang diberikan. Apakah digunakan hanya untuk operasional perusahaan atau ada penggunaannya bagi tujuan sosial (Anggraini, 2006).

Sedangkan pendapat lain mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* maka pengungkapan tanggung jawab sosial suatu perusahaan harus dikurangi agar tidak menjadi sorotan bagi para pemberi kredit. Dengan pengurangan pengungkapan sosial, maka akan mengurangi beban sehingga akan menimbulkan laba yang lebih besar. Perusahaan cenderung melaporkan laba yang lebih tinggi dan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial untuk kepentingan para pemberi kredit atau debtholders (Sembiring, 2005).

Sementara pengungkapan yang lebih luas juga dituntut terhadap perusahaan terkait dengan informasi kreditur jangka panjang. Untuk

menghilangkan keraguan pemegang obligasi untuk dipenuhinya hak-hak mereka, maka perusahaan dituntut mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi kemungkinan terjadinya transfer kemakmuran dari kreditur jangka panjang kepada pemegang saham dan manajer (Apriwenni, 2009).

#### **d. Ukuran Dewan Komisaris**

Menurut Sembiring (2005) bahwa dewan komisaris dianggap sebagai susunan pengendalian intern yang tertinggi. Mereka adalah orang-orang yang bertanggung jawab terhadap dalam memantau kinerja para direksi. Para direksi atau para manajemen puncaklah yang akan menyusun laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Sehingga secara tidak langsung para manajemen mendapat tekanan dari para dewan komisaris dalam pelaporan tersebut. Apakah pelaporan tersebut mencerminkan kinerja perusahaan yang baik atau menurun. Sehingga dengan adanya tekanan tersebut, maka manajemen juga mendapat paksaan dalam mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosial atau informasi sosial yang telah dilaksanakan oleh perusahaan.

Selain itu, tugas utama dari dewan komisaris yaitu memonitoring kebijakan kebijakan yang dibuat para direksi dan pelaksanaan kebijakan tersebut termasuk memberi nasehat kepada para direksi. Pemantauan yang dilakukan oleh para dewan komisaris adalah bertujuan untuk keberlangsungan hidup perusahaan, tetap menjalankan operasi bisnis dan mampu berkembang dalam kegiatan bisnis. Ukuran dewan komisaris akan menentukan juga dalam pengambilan keputusan. Karena dengan jumlah anggota dewan komisaris yang lebih banyak akan memberikan pertimbangan yang lebih banyak juga, sehingga akan membutuhkan waktu yang lebih lama juga dalam pengambilan keputusan. Hal ini perlu

dipertimbangkan dalam menyusun komposisi atau jumlah anggota dewan komisaris (Sudana dan Airlindania, 2011).

## 6. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mengenai pengungkapan informasi sosial atau tanggung jawab sosial perusahaan sudah banyak dilakukan. Beberapa penelitian serupa diantaranya meneliti adanya hubungan antara karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasibuan (2001) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan yang terdaftar di bursa efek jakarta dan bursa efek surabaya untuk laporan tahun 2000. Dengan metode *content analysis* dan menggunakan *checklist* sebagai alat untuk menentukan pengungkapan informasi sosial, Hasibuan menemukan bahwa ukuran perusahaan dan profil perusahaan mempengaruhi pengungkapan sosial.

Simanjuntak dan Widiastuti (2004) melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kelengkapan pengungkapan laporan keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek jakarta. Dalam penelitiannya, faktor-faktor yang mempengaruhi kelengkapan pelaporan keuangan yang dipakai yaitu *leverage*, likuiditas, profitabilitas, porsi saham publik dan umur perusahaan. Hasil yang didapatkan yaitu *leverage*, profitabilitas dan porsi saham publik mempengaruhi kelengkapan pelaporan keuangan perusahaan. Sedangkan likuiditas dan umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kelengkapan pengungkapan laporan keuangan perusahaan.

Sembiring (2005) meneliti hubungan antara karakteristik perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia. Karakteristik perusahaan dicerminkan oleh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, tipe

industri, profitabilitas, dan *leverage*. Hasilnya adalah bahwa ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan tipe industri mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia.

Pada tahun 2006, penelitian yang sama juga dilakukan oleh Anggraini mengenai pengaruh ukuran perusahaan, kepemilikan manajemen, tipe industri, profitabilitas, dan *leverage* terhadap pengungkapan informasi sosial oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia. Dengan metode *content analysis*, Anggraini menemukan bahwa kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial oleh perusahaan di Indonesia.

Apriwenni (2009) meneliti pengaruh ukuran perusahaan, tingkat *leverage*, persentase kepemilikan manajemen dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan di Indonesia. Apriwenni menemukan hasil ukuran perusahaan dan tingkat *leverage* terbukti mempengaruhi pengungkapan CSR di Indonesia. Sedangkan profitabilitas dan kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

**Tabel 2.1**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

Peneliti	Variabel Penelitian	Model	Hasil Penelitian
		Analisis	
Hasibuan (2001)	Ukuran perusahaan, kepemilikan publik, profil perusahaan, basis perusahaan dan	Regresi Berganda	Adanya hubungan positif signifikan antara ukuran perusahaan dan profil perusahaan terhadap pengungkapan sosial, sedangkan Kepemilikan publik, basis, dan tipe industri tidak berpengaruh

	tipe industri.		positif terhadap pengungkapan sosial perusahaan.
Simanjuntak dan Widiastuti (2004)	<i>leverage</i> , rasio likuiditas, profitabilitas, porsi saham publik dan umur perusahaan	Regresi Berganda	Adanya pengaruh yang signifikan antara <i>leverage</i> , profitabilitas dan porsi saham publik terhadap kelengkapan pengungkapan pelaporan keuangan perusahaan. Sedangkan likuiditas dan umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kelengkapan pelaporan keuangan perusahaan
Sembiring (2005)	Ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, tipe industri, profitabilitas, dan <i>leverage</i> .	Regresi Berganda	Adanya pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan tipe industri terhadap pengungkapan CSR di Indonesia. Sedangkan profitabilitas dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR di Indonesia.
Anggraini (2006)	Ukuran perusahaan, kepemilikan manajemen, tipe industri, profitabilitas, dan <i>leverage</i> .	Regresi Berganda	Adanya pengaruh yang signifikan antara kepemilikan manajemen dan tipe industri terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan ukuran perusahaan, profitabilitas, dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
Apriwenni (2009)	Ukuran perusahaan, tingkat <i>leverage</i> ,	Regresi Berganda	Adanya pengaruh yang signifikan antara



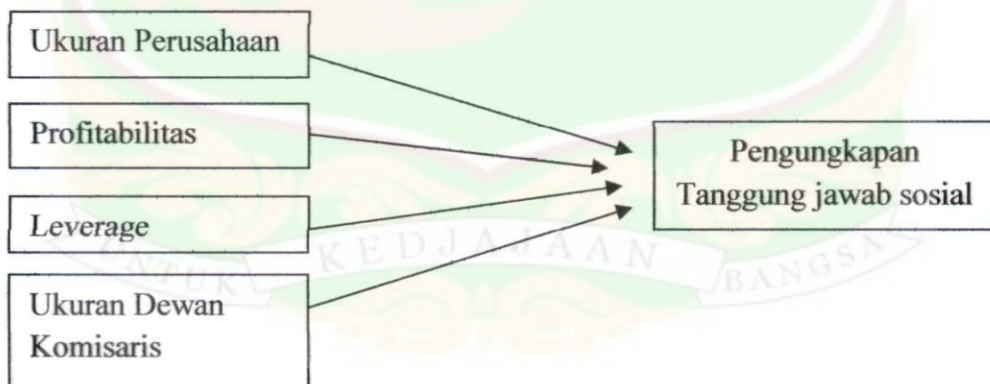
	kepemilikan manajemen, dan profitabilitas	ukuran perusahaan dan tingkat leverage dengan pengungkapan CSR di Indonesia. Sedangkan profitabilitas dan kepemilikan manajemen terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan di Indonesia.
--	---	--

## B. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan beberapa penelitian terdahulu, penelitian ini menguji faktor-faktor yang mempengaruhi sifat pengungkapan tanggung jawab sosial yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris. Untuk itu dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Gambar 2.2**

**Kerangka konseptual antara variabel independen dan variabel dependen**



## **C. Hipotesis**

### **1. Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial**

Ukuran perusahaan adalah salah satu variabel penduga yang sering digunakan untuk menjelaskan beberapa variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Berkaitan dengan teori agensi, bahwa perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar, mengurangi biaya keagenan tersebut dengan mengungkapkan informasi yang lebih luas. Selain itu perusahaan besar juga merupakan entitas yang menjadi sorotan publik sehingga untuk mengurangi biaya politis perusahaan juga perlu mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas (Sembiring, 2005). Perusahaan besar juga mengungkapkan informasi yang lebih luas sebagai bentuk tanggung jawab manajemen kepada pemilik modal, bahwa semakin besar asset yang dikelola manajemen semakin besar pula tanggung jawabnya kepada pemilik (Utami dan Prastiti, 2011).

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengajukan hipotesis pertama sebagai berikut :

Hipotesis 1 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

### **2. Profitabilitas dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial**

Variabel profitabilitas juga sudah banyak digunakan dalam penelitian pengungkapan informasi sosial. Rasio profitabilitas dapat mempengaruhi keputusan investor. Salah satu alasan perusahaan melakukan pengungkapan sosial adalah untuk memperoleh keuntungan dan laba sehingga bisa menjamin keberlangsungan hidup perusahaan (Sudana dan Airlindania, 2011).

Menurut Utami dan Prastiti (2011) berdasarkan teori keagenan, perolehan laba yang lebih besar akan menyebabkan perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Laba yang dihasilkan oleh perusahaan bukan hanya untuk kepentingan manajemen, tetapi juga digunakan sebagai kepentingan investor dengan adanya pengungkapan informasi sosial. Dengan laba yang tinggi juga untuk meyakinkan investor dengan informasi yang lebih rinci.

Rasio profitabilitas merupakan salah satu indikator penting dalam pengambilan keputusan. Rasio profitabilitas juga dimaksudkan untuk menarik investor dalam menanamkan modalnya. Berkaitan dengan pengungkapan informasi sosial, perusahaan dengan profitabilitas tinggi seharusnya juga mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas dengan tujuan mencerminkan kinerja perusahaan yang baik bukan hanya dari operasional bisnis tetapi juga dari segi sosial, sehingga investor semakin tertarik dan dapat menjadi pertimbangan bagi investor dalam menanamkan modal (Sudana dan Airlindania, 2011).

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesisnya adalah sebagai berikut :

Hipotesis 2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### **3. *Leverage* dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial**

*Leverage* perusahaan mencerminkan kesanggupan perusahaan dalam melunasi semua kewajibannya. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas dibanding dengan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang lebih rendah untuk menghilangkan keraguan para pemberi kredit sebagai bentuk pemenuhan hak-hak mereka sebagai kreditur. Sedangkan pendapat lain menyatakan pelanggaran

terhadap kontrak utang semakin tinggi seiring dengan tingginya *leverage* suatu perusahaan. Sehingga manajemen akan berusaha melaporkan laba sekarang yang lebih besar. Alasannya bahwa dengan pelaporan laba yang lebih besar, maka kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang akan semakin kecil. Oleh karena itu, manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang. Pengungkapan informasi sosial dikurangi untuk memaksimalkan laba yang bertujuan mencerminkan perusahaan tidak akan melanggar perjanjian kredit (Anggraini, 2006).

Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Sembiring (2005) bahwa pendapatan perusahaan bisa terpengaruh atau menjadi lebih rendah disebabkan oleh pengambilan keputusan untuk melakukan pengungkapan informasi sosial yang lebih luas. Berdasarkan teori agensi, pengungkapan informasi sosial akan dikurangi oleh manajemen perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi atau yang lebih besar agar tidak menjadi sorotan bagi para pemberi kredit.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis ketiga akan diuji dalam penelitian ini adalah:

Hipotesis 3 : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

#### **4. Ukuran Dewan Komisaris dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial**

Coller dan Gregory (1999) dalam Sembiring (2005) mengungkapkan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka direksi akan semakin mudah untuk dikendalikan dan dikontrol. Pemantauan terhadap dewan direksi yang dilakukan oleh anggota komisaris yang lebih banyak akan semakin

efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan informasi sosial, maka tekanan dari dewan komisaris terhadap manajemen juga akan semakin besar.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis keempat sebagai berikut:

Hipotesis 4 : Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh karakteristik perusahaan dalam hal ini diproksikan dalam ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, karena pengungkapan informasi sosial yang mereka lakukan.

#### A. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sub sektor manufaktur yang telah terdaftar (*listing*) di BEI. Dipilihnya satu kelompok industri yaitu industri manufaktur sebagai populasi dimaksudkan untuk menghindari bias yang disebabkan oleh efek industri (*industrial effect*), dan selain itu sektor manufaktur memiliki jumlah terbesar perusahaan dibandingkan sektor lainnya. Penelitian ini mengambil periode analisis tahun 2010.

Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *judgement sampling*, yaitu salah satu bentuk *purposive sampling* dengan mengambil sampel yang telah ditentukan sebelumnya berdasarkan maksud dan tujuan penelitian.

Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian sampel adalah:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan sahamnya aktif diperdagangkan selama periode 2010

2. Perusahaan tersebut menerbitkan laporan keuangan tahunan periode 2010 serta menyerahkan laporan tahunannya tersebut kepada BAPEPAM dan telah mempublikasikannya.
3. Informasi pengungkapan sosial diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan yang bersangkutan selama periode 2010.

#### **B. Jenis dan Sumber Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu berupa laporan tahunan tahun 2010 perusahaan sampel. Penggunaan data sekunder dalam penelitian ini didasarkan pada alasan:

1. Data mudah diperoleh, hemat waktu dan biaya.
2. Data laporan tahunan telah digunakan dalam berbagai penelitian, baik penelitian di dalam negeri maupun luar negeri.
3. Data laporan tahunan yang tersedia di BEI memiliki reliabilitas yang dapat dipertanggung jawabkan keabsahannya karena telah diaudit oleh auditor independen.

Laporan tahunan perusahaan yang dijadikan obyek adalah laporan tahunan perusahaan tahun 2010 karena data tersebut adalah data terbaru pada saat dilakukan penelitian, sementara laporan tahunan perusahaan tahun 2011 belum diterbitkan.

#### **C. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode studi dokumentasi dengan mendapatkan data berupa laporan tahunan yang telah dikeluarkan oleh perusahaan pada periode tahun 2010. Data tersebut diperoleh melalui situs yang dimiliki oleh BEI, yakni [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), dan

*Indonesia Capital Market Directory* (ICMD). Studi pustaka atau literatur melalui buku teks, jurnal ilmiah, artikel dan majalah, serta sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan juga dijadikan sumber pengumpulan data.

#### **D. Variabel Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel dependen dan empat variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan variabel independennya adalah ukuran dewan komisaris, *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Definisi dari variabel dependen dan independen dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut :

##### **1. Variabel Dependen Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial**

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *CSR Disclosure* dengan menggunakan indikator dari Global Reporting Initiative (GRI) dengan jumlah 79 pengungkapan yang meliputi: *economic (EC)*, *environment (EN)*, *human rights (HR)*, *labor practices (LP)*, *product responsibility (PR)*, dan *society (SO)*.

Metode *Content Analysis* digunakan untuk melihat pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan. *Content analysis* adalah suatu metode pengkodifikasian teks dari ciri-ciri yang sama untuk ditulis dalam berbagai kelompok (kategori) tergantung pada kriteria yang ditentukan (Weber, 1988 dalam Devina 2004). Nilai 1 digunakan jika terdapat pengungkapan sesuai dengan indikator GRI, sedangkan nilai 0 digunakan jika tidak terdapat pengungkapan atau terdapat pengungkapan tidak sesuai dengan indikator GRI. Semakin banyak item yang diungkapkan oleh perusahaan, maka indeksnya akan



semakin tinggi. Perusahaan dengan angka indeks yang lebih tinggi menunjukkan bahwa perusahaan telah mengungkapkan informasi yang lebih komprehensif dibandingkan dengan angka indeks yang lebih rendah.

## **2. Variabel Independen**

### **a. Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala untuk mengukur besar kecilnya perusahaan dengan menggambarkan besarnya asset atau total asset yang dimiliki perusahaan. Menurut Hardiningsih (2008) bahwa ukuran perusahaan mempunyai kaitan dengan pengungkapan yang dilakukan perusahaan guna penawaran umum kepada publik. Selain itu perusahaan besar juga akan menjadi sorotan publik yang memaksa perusahaan dalam melakukan pengungkapan sosial. Dari beberapa penelitian, ukuran perusahaan dapat diukur dengan total nilai asset, volume penjualan, atau kapitalisasi pasar. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat ukuran perusahaan adalah total asset. Adapun pengukurannya menggunakan rumus :

$$SIZE = Total\ asset\ perusahaan$$

### **b. Profitabilitas**

Menurut Sudana dan Airlindania (2011) profitabilitas adalah salah satu rasio yang penting dalam menghasilkan keputusan dan kebijakan. Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, maka semakin rinci informasi yang diberikan manajer, sebab pihak manajemen ingin meyakinkan investor tentang profitabilitas perusahaan dan kompensasi terhadap manajer. Profitabilitas juga 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* (ROE) (Sudana, ), *return on assets* (ROA) (Simanjuntak, 2004), *earning per share* (EPS) (Sembiring, 2005), dan *net profit margin* (NPM) (Anggraeni, 2006).

Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat ukuran perusahaan ini adalah *Return on Asset* (ROA). *Return on asset* (ROA) merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan asset yang dimilikinya. Adapun pengukurannya menggunakan rumus :

$$ROA = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{total asset}}$$

### c. *Leverage*

*Leverage* perusahaan mencerminkan kesanggupan perusahaan dalam melunasi semua kewajibannya. Artinya perusahaan yang tidak punya *leverage* menunjukkan bahwa perusahaan tersebut tidak mempunyai utang atau semua asset yang dimiliki berasal sepenuhnya dari modal sendiri. *Leverage* juga digunakan untuk menunjukkan seberapa besar asset perusahaan diperoleh atau didanai oleh utang. Dalam penelitian ini leverage diukur dengan menggunakan *debt ratio*, yaitu total kewajiban dibagi dengan total asset. Semakin tinggi *leverage*, maka kegagalan dalam melunasi utang atau resiko yang dihadapi perusahaan juga akan semakin besar. *Leverage* yang tinggi juga menggambarkan modal sendiri yang digunakan rendah atau sedikit dalam membiayai asset untuk aktivitas operasi, atau dengan kata lain asset yang digunakan dalam aktivitas operasi lebih banyak dibiayai dengan utang. (Pranjoto, 2009) Disini tingkat leverage diukur dengan :

$$\text{Leverage} = \frac{\text{total kewajiban}}{\text{total asset}}$$

Keterangan:

Total kewajiban = Jumlah total kewajiban perusahaan i pada periode t

Total Asset = Total asset yang dimiliki perusahaan i pada periode t

#### **d. Ukuran Dewan Komisaris**

Dewan Komisaris adalah sebuah dewan yang bertugas untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada dewan direksi. Dewan direksi merupakan tingkat pengendalian internal tertinggi dalam sebuah perusahaan. Mereka adalah orang yang bertanggung jawab atas pemantauan kinerja para direksi. (Sembiring, 2005). Jumlah keanggotaan dewan komisaris antar perusahaan tidak sama, tergantung kebijakan masing-masing perusahaan. Ukuran dewan komisaris yang dipakai dalam penelitian ini konsisten dengan Sembiring (2005) yaitu menggunakan jumlah anggota dewan komisaris.

### **E. Metode Analisis**

#### **1. Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif merupakan suatu metode dalam mengorganisir dan menganalisis data kuantitatif, sehingga diperoleh gambaran yang teratur mengenai suatu kegiatan. Ukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *minimum*, nilai *maximum*, *mean*, dan standar deviasi.

#### **2. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kelayakan dari suatu model regresi. Model regresi yang baik harus memiliki distribusi data normal atau mendekati normal dan bebas dari asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji

multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas. Sebelum dilakukan analisis terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik, dengan tahapan sebagai berikut :

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel residual mempunyai distribusi normal (Devina, 2004). Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak, digunakan dua cara yaitu analisis grafik dan analisis statistik dengan Kolmogorov-Smirnov (K-S).

**b. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel-variabel bebas saling berkorelasi. Multikolinieritas terjadi jika ada hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Pratisto, 2009). Untuk menguji adanya tidaknya multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Batas untuk nilai *tolerance* berkisar di angka 1 dan nilai VIF juga berkisar di angka 1 (Pratisto, 2009). Jika nilai *tolerance* dan nilai *VIF* tidak berkisar di angka 1 atau tidak mendekati 1, maka terjadi multikolinieritas

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual 1 pengamat ke pengamat yang lain atau dengan kata lain tidak konstan varians (Pratisto, 2009).. Model

regresi yang baik adalah model regresi yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Dapat dilakukan pula dengan melihat ada tidaknya *pole* tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dengan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di-*studentized*. (Pratisto, 2009). Cara lain untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi adalah dengan melakukan Uji Glejser untuk melihat nilai signifikansi semua variabel. (Hardiningsih, 2008)

#### **d. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi dilakukan untuk melihat apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  yang merupakan periode sebelumnya (Ghozali, 2005 dalam Murniningsih, 2007). Masalah autokorelasi terjadi jika terdapat korelasi antar kesalahan pengganggu. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam penelitian ini, ada tidaknya autokorelasi diuji dengan melihat nilai Durbin Watson (DW). Nilai Dw haruslah berada di antara nilai -2 dan 2 (johan dan lekok).

### **3. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam

penelitian ini adalah ukuran dewan komisaris, *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas,. Sedangkan variabel dependennya adalah pengungkapan tanggung jawab sosial. Adapun persamaan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$\text{CSR} = a + b_1 \text{UkPersh} + b_2 \text{Prof} + b_3 \text{Lev} + b_4 \text{UkrnDwnKom} + e$$

Keterangan:

**CSR** = jumlah pengungkapan informasi sosial CSR

**UkPersh** =Ukuran Perusahaan

**Prof** = Profitabilitas

**Lev** = Leverage

**UkrnDwnKom**= Ukuran Dewan Komisaris

**b1-b5** = koefisien regresi

**e** = error

**a** = Konstanta

#### a. Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Murniningsih, 2007). Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan  $>0,05$  maka hipotesis  $H_0$  diterima(koefisien regresi tidak signifikan).Ini berarti bahwa secara simultan kelima variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka hipotesis 0 ditolak (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara simultan kelima variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

#### **b. Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada di antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Murniningsih, 2007).

#### **c. Uji Hipotesis**

Pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan Uji t (Uji Parsial). Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Murniningsih, 2007). Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan  $>0,05$  maka hipotesis 0 ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka hipotesis 0 diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

## BAB IV

### ANALISIS DATA

#### A. Data Penelitian

##### 1. Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian dilakukan di Bursa Efek Indonesia dengan menentukan perusahaan – perusahaan manufaktur yang listing pada Bursa tersebut sebagai populasi penelitian. Prosedur penentuan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*.

**Tabel 4.1**  
**Deskripsi Subyek Penelitian**

Keterangan	Jumlah
Data perusahaan yang memenuhi kriteria sampel	140
Data perusahaan yang tidak dapat di olah	117
Data perusahaan yang di olah	23

##### 2. Statistik Deskriptif

Pada bagian ini akan digambarkan atau dideskripsikan data masing-masing variabel pada tahun 2010 yang telah diolah dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dari masing-masing variabel.



**Tabel 4.2**  
**Deskripsi Statistik Variabel Penelitian**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	23	.15	1.00	.3517	.22457
UkuranPerusahaan	23	150913	5881108	2.31E6	1918725.374
Profitabilitas	23	.01	.36	.0891	.08790
Leverage	23	.13	.82	.4887	.19001
UkuranDewanKom	23	2	7	4.00	1.679
Valid N (listwise)	23				

Berdasarkan table 4.1 diatas menunjukkan jumlah responden (N) ada 23 perusahaan, gambaran responden atas dari variabel yang diteliti adalah CSR, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Dewan Komisaris. Variabel yang pertama yaitu CSR memiliki nilai minimum sebesar 15%, nilai maksimum sebesar 100%, dan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 35.17%. Serta nilai standar deviasi sebesar 22.45% Kondisi tersebut menunjukn bahwa CSR yang diungkapkan oleh perusahaan yang menjadi sampel rata-rata adalah kecil, sedangkan untuk nilai standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa CSR yang diungkapkan masing-masing perusahaan sampel yang memiliki besaran yang hampir sama antar masing-masing sampel perusahaan.

Untuk variabel yang kedua yaitu ukuran perusahaan yang berdasarkan total asset yang dimiliki oleh perusahaan, nilai minimum nya sebesar 150913, nilai maksimum sebesar 5881108 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 2.31E6 serta dengan nilai standar deviasi sebesar 1918725.374 yang berarti bahwa ukuran perusahaan tergolong perusahaan besar, sedangkan nilai standar deviasi yang lebih

kecil dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa ukuran perusahaan untuk perusahaan sampel yang memiliki besaran yang hampir sama antar masing-masing sampel perusahaan.

Variabel profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar 1%, nilai maksimum sebesar 36% dan dengan nilai mean sebesar 8.9%, dan nilai standar deviasinya sebesar 8,7%. Ini menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan relative kecil. Untuk nilai standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa profitabilitas masing-masing perusahaan sampel yang memiliki besaran yang hampir sama antar masing-masing sampel perusahaan

Statistik deskriptif untuk variabel yang keempat yaitu leverage memiliki nilai minimum sebesar 13%, nilai maksimum 82% dan dengan nilai rata-rata sebesar 48.87%, serta dengan nilai standar deviasi sebesar 19%. Untuk leverage perusahaan yang menjadi sampel relative kecil, sedangkan nilai standar deviasi untuk leverage yang lebih kecil dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa leverage masing-masing perusahaan sampel yang memiliki besaran yang hampir sama antar masing-masing sampel perusahaan

Variabel ukuran dewan komisaris memiliki nilai minimum sebesar 2 nilai maksimum sebesar 7 dan dengan nilai mean sebesar 4 dan nilai standar deviasinya sebesar 1,67 Untuk nilai standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa profitabilitas masing-masing perusahaan sampel yang memiliki besaran yang hampir sama antar masing-masing sampel perusahaan

## B. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

**Tabel 4.3**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		23
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.14501642
Most Extreme Differences	Absolute	.119
	Positive	.119
	Negative	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		.572
Asymp. Sig. (2-tailed)		.899

a. Test distribution is Normal.

Dari Tabel 4 terlihat besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* adalah 0,572 dan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,899. Nilai ini jauh di atas 0,05 yang berarti data terdistribusi secara normal. ( $0,899 > 0,05$ ) maka data terdistribusi secara normal.

### 2. Uji Multikolinieritas

**Tabel 4.4**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.027	.171		.158	.877		
UkuranPerusahaan	6.331E-8	.000	.541	3.318	.004	.872	1.147
Profitabilitas	.937	.444	.367	2.111	.049	.768	1.302
Leverage	-.101	.203	-.086	-.501	.623	.788	1.269
UkuranDewanKom	.036	.023	.271	1.604	.126	.814	1.228

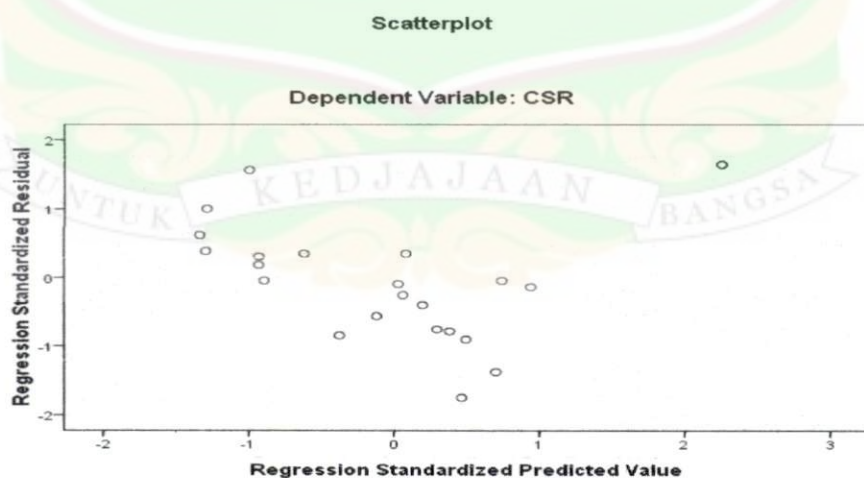
a. Dependent Variable: CSR

Uji Multikolonieritas data dapat dilakukan dengan matriks korelasi dengan melihat besarnya nilai VIF (*variance inflation factor*) dan nilai *tolerance*. Suatu model regresi yang bebas dari multikolonieritas memiliki angka VIF disekitar 1 dan angka *tolerance* mendekati 1. Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel 4. di atas ini.

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel yaitu, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris, berada di sekitar 1,147 hingga 1,302. Artinya, bahwa nilai VIF masing-masing variable berada di sekitar 1. Dan nilai *tolerance* (TOL) yang diperoleh berkisar 0,768 sampai dengan 0,872. Nilai TOL semua variabel menunjukkan nilai lebih besar dari 0,10. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa dalam model regresi terbebas dari multikolonieritas antar variabel independen.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.1



Uji *scatterplot* digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas. Hasilnya dapat dilihat pada gambar 4.1 yang menunjukkan bahwa dari grafik *scatterplot* tersebut, dapat diketahui bahwa titik data menyebar secara acak serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

Yang kedua yaitu dengan cara uji Glejser. Dari hasil uji Glejser didapat hasil sebagai berikut

**Tabel 4.5**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.093	.093		1.001	.330
UkuranPerusahaan	1.045E-8	.000	.224	1.004	.328
Profitabilitas	.048	.242	.047	.198	.845
Leverage	-.116	.110	-.246	-1.048	.309
UkuranDewanKom	.012	.012	.218	.944	.358

a. Dependent Variable: ABSRES

Dapat dilihat bahwa seluruh data yang signifikan secara statistik sehingga data penelitian ini dapat disimpulkan tidak memiliki masalah heteroskedastisitas

#### 4. Uji Autokorelasi

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel pengganggu dalam satu model regresi linier. Uji autokorelasi yang digunakan adalah uji Durbin Watson

**Tabel 4.6****Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.764 <sup>a</sup>	.583	.490	.16032	1.816

a. Predictors: (Constant), UkuranDewanKom, Leverage, UkuranPerusahaan, Profitabilitas

b. Dependent Variable: CSR

Dari hasil uji Durbin Watson didapat nilai DW sebesar 1,816, oleh karena angka D-W berada di antara -2 sampai +2, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi penelitian ini bebas dari Autokorelasi.

### 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi yang menunjukkan signifikansi model regresi dalam memberikan dasar untuk menerima atau menolak hipotesis penelitian untuk setiap variabel independen dan juga signifikansi koefisien antar variabel, dapat dilakukan dengan menggunakan *Software* SPSS sebagai berikut:

**Tabel 4.7****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.027	.171		.158	.877
	UkuranPerusahaan	6.331E-8	.000	.541	3.318	.004
	Profitabilitas	.937	.444	.367	2.111	.049
	Leverage	-.101	.203	-.086	-.501	.623
	UkuranDewanKom	.036	.023	.271	1.604	.126

a. Dependent Variable: CSR

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

$$CSR = 0,27 + 6.331E-8UkPersh + 0,937Prof + 0,006Lev + 0,036UkrnDwnKom + e$$

Koefisien konstanta berdasarkan hasil regresi adalah 0,27 dengan nilai positif, ini dapat diartikan bahwa Y (Pengungkapan sosial) akan bernilai 27. Jika Ukuran perusahaan, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris dan Profitabilitas masing-masing bernilai 0. Nilai itu berarti pengungkapan tanggung jawab sosial akan ada meskipun tidak dipengaruhi oleh variabel dependen.

### 6. Uji F (Uji Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pada dasarnya nilai F diturunkan dari table ANOVA (*analysis of variance*).

**Tabel 4.8**

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.647	4	.162	6.292	.002 <sup>a</sup>
	Residual	.463	18	.026		
	Total	1.110	22			

a. Predictors: (Constant), UkuranDewanKom, Leverage, UkuranPerusahaan, Profitabilitas

b. Dependent Variable: CSR

Berdasarkan tabel 4. diatas diperoleh hasil uji signifikan variabel independen (X) dapat mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Dari uji ANOVA atau F test didapat nilai F hitung sebesar 6.292 dengan probabilitas 0.002. Probabilitas lebih kecil dari batas nilai signifikan 0.05 ( $0.002 < 0,05$ ), maka model regresi dapat

dikatakan bahwa variabel independen ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*. dan ukuran dewan komisaris secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan CSR atau untuk menjelaskan pengungkapan CSR, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*. dan ukuran dewan komisaris dapat digunakan bersama-sama.

## 7. Koefisien Determinasi

**Tabel 4.9**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.764 <sup>a</sup>	.583	.490	.16032

a. Predictors: (Constant), UkuranDewanKom, Leverage, UkuranPerusahaan, Profitabilitas

b. Dependent Variable: CSR

Dalam uji regresi linear berganda ini dianalisis pula besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ). Uji koefisien determinasi dalam penelitian ini digunakan untuk melihat besar pengaruh variabel independen (kepemilikan institusional, komposisi dewan komisaris independen, dan profitabilitas) terhadap variabel dependen (pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan). Hasil pengujian menunjukkan  $R^2$  sebesar 0,490 atau 49%. Jadi dapat dikatakan bahwa 49% besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia disebabkan oleh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*. dan ukuran dewan komisaris. Sedangkan 51% besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.



## 8. Uji Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan Uji t (Uji Parsial). Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.027	.171		.158	.877
UkuranPerusahaan	6.331E-8	.000	.541	3.318	.004
Profitabilitas	.937	.444	.367	2.111	.049
Leverage	-.101	.203	-.086	-.501	.623
UkuranDewanKom	.036	.023	.271	1.604	.126

a. Dependent Variable: CSR

Hipotesis pertama menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan p-value sebesar  $0,004 < 0,05$  dengan arah positif, sehingga terima  $H_1$  perusahaan tolak  $H_0$ . Artinya, ukuran perusahaan secara positif berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan melakukan pengungkapan pertanggungjawaban sosial di pengaruhi antara lain oleh ukuran perusahaan. Arah positif disini diartikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan dalam melakukan pengungkapan

pertanggungjawaban sosial. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Sembiring (2005), Apriwenni (2009), Hasibuan (2001).

Hipotesis yang kedua yaitu menguji pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan  $p\text{-value}$   $0,049 < 0,05$  dengan arah positif, sehingga  $H_1$  diterima. Artinya bahwa profitabilitas yang diproksikan dalam *return on assets* perusahaan secara positif berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan pertanggungjawaban sosial. Hasil ini mendukung penelitian Simanjuntak dan Widiastuti (2004).

Hipotesis yang ketiga menyatakan bahwa *Leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan  $p\text{-value}$  sebesar  $0,623 > 0,05$  dengan arah negatif. Sehingga  $H_0$  diterima. Artinya tingkat *Leverage* perusahaan tidak berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial suatu perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006), yang menemukan bahwa *Leverage ratio* tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap luas ungkapan sukarela.

Hipotesis yang keempat yaitu menguji pengaruh ukuran dewan komisaris perusahaan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan  $p\text{-value}$   $0,126 > 0,05$ , sehingga  $H_0$  diterima. Artinya bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial suatu perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005).

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Profitabilitas dengan proksi ROA terbukti signifikan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan regresi linear berganda variable *leverage* tidak ada pengaruh yang signifikan antara *leverage* terhadap CSR, yaitu dengan nilai *p-value* 0.623 atau di atas *level of significance* ( $\alpha = 0.05$ ), yang berarti bahwa semakin tinggi *leverage* perusahaan, maka pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan akan semakin tinggi.
4. Ukuran dewan komisaris terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan nilai *p-value*  $0,126 > 0,05$ .

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya dapat ditarik beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi manajemen diharapkan lebih lengkap dalam mengungkapkan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunannya.
2. Bagi pemerintah dan IAI diharapkan mampu merumuskan suatu kebijakan untuk menjadikan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai sebuah *mandatory disclosure* mengingat rendahnya tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan indikator pengungkapan CSR yang lebih sesuai dengan karakter perusahaan di Indonesia.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan periode pengamatan yang lebih lama sehingga akan memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk memperoleh kondisi yang sebenarnya serta menambah jumlah sampel.
5. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan atau menggunakan variabel lain untuk menemukan suatu model standar pendugaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### **C. Keterbatasan**

Penelitian ini mempunyai keterbatasan diantaranya adalah jumlah sampel yang diperoleh relatif sedikit, yaitu sebanyak 23 perusahaan dari perusahaan yang terdaftar dan pengukuran pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan indikator GRI kurang cocok dengan keadaan pengungkapan yang telah dilakukan oleh perusahaan di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Almilia, L.S., dan Retrinasari, I. 2007. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Kelengkapan Pengungkapan dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEJ. *Proceeding Seminar Nasional Inovasi dalam Menghadapi Perubahan Lingkungan Bisnis*.
- Anggraini, Fr. Reni Retno. 2006. Pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan (studi empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta). Makalah disampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang, 23-26 Agustus 2006.
- Apriwenni, P. 2009. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Laporan Tahunan Perusahaan Untuk Industri Manufaktur Tahun 2008. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol 6 hal 41-58.
- Devina, F. 2004. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta*. Tesis S2 Magister Akuntansi Undip.
- Hardiningsih, P. 2008. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Voluntary Disclosure* Laporan Tahunan Perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol. 15, No.1 Hal. 67 – 79.
- Haron, H., Ismail, I., dan Yahya, Y. 2008. Factors influencing corporate social disclosure practices in malaysia. *Jurnal manajemen/tahun XII*, No.1 hal 86-100
- Haryono, S. 2005. Struktur kepemilikan dalam bingkai teori keagenan. *Jurnal Akuntansi & Bisnis*. Vol 5 hal 63-71.
- Hasibuan, M. R. 2001. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) dalam Laporan Tahunan Emiten di BEJ dan BES*. Tesis S2 Magister Akuntansi Undip.
- Hidayati, N.N., dan Murni, S. 2009. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earnings Response Coefficient* Pada Perusahaan *High Profile*. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 11 No. 1 hal 1-18
- Jensen, Michael. C., & W, H. Meckling. 1976. Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360

- Johan dan Lekok, W. 2006. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kelengkapan pengungkapan informasi laporan keuangan (studi empiris pada perusahaan manufaktur di BEJ). *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* vol. 8 hal 70-91.
- Mirfazli, E. dan Nurdiono. 2007. Evaluasi Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan Dalam Kelompok Aneka Industri yang Go Publik di BEJ. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* vol 12 no1.
- Murni, S.A. 2004. Pengaruh Luas Ungkapan Sukarela dan Asimetri Informasi Terhadap Cost of Equity Capital pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Val. 7, No. 2, Hal. 192-206
- Murniningsih, R. 2007. Reaksi Investor Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan-Perusahaan Di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol. 5 edisi 1
- Nurdin, E. 2008. Tinjauan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Jurnal sumberdaya insani* no.14
- Pranjoto, R.G.H. 2009. Analisis leverage (studi kasus pada industri makanan yang go publik di bursa efek indonesia). *Jurnal Neo-Bis* Vol. 3 No.1 hal 70-78
- Pratisto, A. 2009. Statistik menjadi mudah dengan SPSS 17.Elex Media Komputindo. Jakarta
- Sayekti, Y., dan Wondabio, L.S.2008. Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earnings Response Coefficient (Studi Empiris Pada Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Akuntansi & Bisnis*.Vol.8 No.2 hal 179-196.
- Sembiring, E. R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Study empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. Simposium Nasional akuntansi VII.
- Simanjuntak, B.H, dan Widiastuti, L. 2004. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol. 7, No. 3 Hal. 351-366
- Sudana, I.M. dan Airlindania, P.A. 2011. Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Go Public Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* Tahun 4, No. 1 hal 37-49

Suhardjanto, D., dan Wardhani, M. 2010. Praktik intellectual capital disclosure perusahaan yang terdaftar di bursa efek indonesia. JAAI vol.14 no.1 hal 67-80

Utami, S., dan Prastiti, S.D. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Social Disclosure*. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, TH. 16, NO. 1 hal 63-69

Widarjo, W. 2011. Pengaruh Modal Intelektual dan Pengungkapan Modal Intelektual pada Nilai Perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi XIV

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

*Indikator GRI (revisi 2006)* dalam [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org) dilihat pada 12 november 2011.

