

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN  
TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE  
SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang  
Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia  
Tahun 2009-2011)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada  
Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

**NURUL KUSUMA WARDANI**  
**NIM. 12030110151053**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS DIPONEGORO**  
**SEMARANG**  
**2013**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Nurul Kusuma Wardani  
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110151053  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Penelitian Skripsi : **PENGARUH KARAKTERISTIK  
PERUSAHAAN TERHADAP  
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY* (CSR) PADA  
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG  
TERDAFTAR DI BEI**

Semarang, 30 Januari 2013

Dosen Pembimbing,



Dr. Hj. Indira Januarti, SE, Msi, Akt  
NIP. 196101091988031001

## PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Nurul Kusuma Wardani  
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110151053  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Penelitian Skripsi : **PENGARUH KARAKTERISTIK  
PERUSAHAAN TERHADAP  
PENGUNGKAPAN *CORPORATE  
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*  
PADA PERUSAHAAN  
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR  
DI BEI**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 20 Februari 2013

Tim Penguji :

1. Dr. Hj. Indira Januarti, S.E, M.Si, Akt (.....)
2. Puji Harto, S.E, M.Si, Akt, Ph.D (.....)
3. Andri Prastiwi, S.E, M.Si, Akt (.....)

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini saya, Nurul Kusuma Wardani, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis lainnya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 20 Februari 2013

Yang membuat pernyataan,

Nurul Kusuma Wardani  
NIM. 12030110151053

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

*“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakan dengan sesungguhnya (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”*

*(Al-Insyirah: 6-8)*

*“Sesungguhnya kekayaan yang paling tinggi nilainya ialah fikiran, kemelaratan yang paling parah ialah kebodohan, kesepian yang paling menakutkan ialah perasaan bangga kepada diri sendiri, dan kehormatan yang paling mulia ialah budi pekerti yang luhur”*

*(Ali Bin Abi Thalib)*

### PERSEMBAHAN

*Skripsi ini ku persembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta sebagai tanda bakti dan wujud terima kasih atas limpahan kasih sayang, doa yang tulus, pengorbanan dan dukungan yang selama ini diberikan, serta untuk ketiga kakak-kakakku tercinta.*

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of firm characteristics on the disclosure of corporate social responsibility. Disclosure of corporate social responsibility is the dependent variable in this study as measured by Key Success Factors are based on the Performance of Social containing 78 indicator measuring corporate social responsibility. The independent variables were studied. commissioners size, profitability, and leverage. The independent variables were studied Commissioners size, profitability, and leverage.*

*The sample is a manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange in the year 2009 to 2011. The sample is a manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange in the year 2009 to 2011. The sample was selected using purposive sampling method and obtained a sample of 140 companies. Analysis data was performed with the classical assumption test and hypothesis testing multiple regression analysis. Analysis data was performed with the classical hypothesis testing Assumption test and linear regression method.*

*The results of this study indicate that the variable size of the board of commissioners and a significant positive effect on the profitability of corporate social responsibility disclosure. The results of this study indicate that the variable size of the board of Commissioners and a significant positive effect on the profitability of corporate social responsibility disclosure. While significant negative leverage variable on the disclosure of corporate social responsibility. While significant negative leverage variable on the disclosure of corporate social responsibility.*

*Keywords : Disclosure of corporate social responsibility, board of commissioners, profitability and leverage.*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan variabel dependen dalam penelitian ini yang diukur dengan didasarkan pada *Key Succes Factors for Social Performance* yang berisi 78 indikator pengukuran *corporate social responsibility*. Variabel independen yang diteliti antarlain ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage*.

Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009 – 2011. Sampel dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh 140 perusahaan yang menjadi sampel. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan metode regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

**Kata kunci :** pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage*.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2009-2011)”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Banyak hambatan dan kendala dalam penyelesaian skripsi ini, namun penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. H. Mohammad Nasir, M Si., Akt., Ph.D., selaku dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Ibu Dr. Hj. Indira Januarti M.Si., Akt., selaku dosen pembimbing skripsi atas segala bimbingan, arahan serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Shiddiq Nur Rahardjo, S.E., M Si, Akt selaku dosen wali yang telah membantu penulis dalam mengikuti dan menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.



4. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
5. Papa dan Almarhumah Mama tercinta yang tidak henti-hentinya memberikan cucuran kasih sayang, doa, materi, nasihat dan motivasi kepada penulis yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup.
6. Mb Yan, Mas Inu, Mb Lie dan Mas Yayan Pujiyanto, yang selalu membantu dan mendukung penulis secara moril maupun materil. Terimakasih atas kasih sayang kalian semua.
7. Kawanku Arini, Ossi, Bunda Mitha, Laras, Saras, Iva, Dini dan Nyitnyit yang sudah penulis anggap sebagai keluarga yang selalu mendukung dan mencetak rekor terbaik di setiap kejahilanya...i miss u all.
8. Teman-teman KKN UNDIP desa trayu Asank, Koko Rey, Chubey, Bella si butar-butar, Mpukz, Krebo, Rahar, Toriq dan Fahmi. Terimakasih atas suka-duka selama di desa trayu.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan bantuan, doa dan motivasi sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Semarang, 20 Februari 2013

Penulis

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 4.1	Sampel Penelitian .....	36
Tabel 4.2	Analisis Data Statistik Deskriptif .....	37
Tabel 4.3	Analisis Data Statistik Deskriptif Pengungkapan CSR .....	39
Tabel 4.4	Hasil Uji Normalitas Residual .....	40
Tabel 4.5	Hasil Uji Multikolinier .....	41
Tabel 4.6	Hasil Uji Autokorelasi .....	42
Tabel 4.7	Hasil Uji Heterokedasitas .....	42
Tabel 4.8	Hasil Uji F .....	43
Tabel 4.9	Hasil Uji Regresi .....	44
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran .....	24
Gambar 2.4 Grafik Histogram.....	62
Gambar 2.5 Scatterplot .....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Perusahaan Sampel Penelitian .....	56
Lampiran 2 : Hasil Pengolahan Data SPSS .....	57

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan.....	9
1.4 Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Teori <i>Signaling (Signaling Theory)</i> .....	11

2.1.2	Teori Legitimasi ( <i>Legitimacy Theory</i> ).....	12
2.1.3	Teori Agensi ( <i>Agency Theory</i> ) .....	13
2.1.4	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	14
2.1.5	Pengungkapan CSR .....	15
2.1.6	Ukuran Dewan Komisaris .....	17
2.1.7	Profitabilitas .....	18
2.1.8	<i>Leverage</i> .....	19
2.2	Penelitian Terdahulu .....	19
2.3	Kerangka Pemikiran .....	23
2.4	Hipotesis .....	24
2.4.1	Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan CSR.....	24
2.4.2	Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR.....	25
2.4.3	<i>Leverage</i> Terhadap Pengungkapan CSR .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>27</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	27
3.1.1	Variabel Dependen .....	27
3.1.2	Variabel Independen .....	28
3.1.2.1	Ukuran Dewan Komisaris .....	28
3.1.2.2	Profitabilitas .....	29
3.1.2.3	<i>Leverage</i> .....	30
3.2	Populasi dan Sampel .....	30
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	31
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	31
3.5	Metode Analisis Data .....	31
3.5.1	Uji Asumsi Klasik .....	31
3.5.1.1	Uji Normalitas .....	32
3.5.1.2	Uji Multikolinearitas.....	32
3.5.1.3	Uji Autokorelasi .....	33
3.5.1.4	Uji Heteroskedastisitas .....	33

3.5.2	Pengujian Hipotesis .....	34
3.5.2.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	34
3.5.2.2	Uji Parametrik Individual (Uji Statistik t ) .....	34
3.5.2.3	Uji Koefisien Determinasi .....	35
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	36
4.2	Analisis Data.....	36
4.2.1	Statistik Deskriptif .....	36
4.2.2	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	40
4.2.2.1	Uji Normalitas .....	40
4.2.2.2	Uji Multikolinearitas.....	41
4.2.2.3	Autokorelasi .....	41
4.2.2.4	Uji Heteroskedastisitas .....	42
4.2.3	Hasil Uji Hipotesis.....	43
4.2.3.1	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	43
4.2.3.2	Hasil Uji Signifikansi Parametrik Individual (Uji Statistik t) .....	44
4.2.3.3	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	45
4.3	Interpretasi Hasil .....	46
4.3.1	Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap CSR.....	46
4.3.2	Pengaruh Profitabilitas Terhadap CSR .....	47
4.3.3	Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap CSR .....	48
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>50</b>
5.1	Kesimpulan .....	50
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	50
5.3	Saran.....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>52</b>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Laporan keuangan perusahaan dibutuhkan untuk memberikan informasi kepada pihak intern dan ekstern yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan tersebut. Pihak intern yang memiliki kepentingan terhadap laporan keuangan tersebut adalah pemilik perusahaan dan pemimpin perusahaan, sedangkan sebagai pihak ekstern adalah para investor, kreditor/banker, pemerintah, dan masyarakat. Laporan keuangan merupakan hasil ringkasan data keuangan perusahaan yang disusun guna memberikan informasi kepada berbagai pihak yang terdiri dari neraca, laporan laba rugi, laporan modal sendiri dan laporan sumber penggunaan dana (Djarwanto 2001:5). Dalam PSAK no.1 (revisi tahun 2011) menyatakan bahwa:

*Tujuan laporan keuangan adalah menetapkan dasar-dasar bagi penyajian laporan keuangan bertujuan umum (general purpose financial statements) yang selanjutnya disebut 'laporan keuangan' agar dapat dibandingkan baik dengan laporan keuangan periode sebelumnya maupun dengan laporan keuangan entitas lain. Pernyataan ini mengatur persyaratan bagi penyajian laporan keuangan, struktur laporan keuangan, dan persyaratan minimum isi laporan keuangan.*

Dari kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa *out put* dari laporan keuangan adalah informasi mengenai kinerja perusahaan dan laporan tanggung jawab kepada para *stakeholder* mereka. Secara umum laporan keuangan bertujuan untuk memberikan informasi keuangan suatu perusahaan, baik pada



saat tertentu maupun pada periode tertentu baik disusun secara mendadak sesuai kebutuhan perusahaan maupun secara berkala.

Devina et.al, (2004) menyebutkan bahwa informasi yang diungkapkan dalam laporan keuangan dikelompokkan menjadi dua yaitu pengungkapan bersifat wajib (mandatory) yaitu pelaksanaannya sudah diatur oleh Undang-undang dan pengungkapan bersifat sukarela (voluntary) yaitu tidak sepenuhnya diatur oleh Undang-undang. Sedangkan menurut Guthrie dan Mathews (dalam Sembiring, 2005), salah satu jenis informasi pengungkapan sukarela yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan muncul karena adanya tuntutan dari masyarakat dan para pengguna laporan keuangan terhadap dampak kegiatan bisnis perusahaan.

*Corporate Social Responsibility* merupakan suatu konsep akuntansi yang dapat membawa perusahaan agar melaksanakan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat. CSR timbul sebagai akibat dari keberadaan perusahaan-perusahaan yang aktivitasnya selain memberi banyak manfaat tetapi menimbulkan banyak dampak negatif. Dampak negatif tersebut dirasakan oleh masyarakat sekitar yang berada dekat dengan perusahaan. *Corporate Social Responsibility* juga merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan yang disebut *triple bottom line* (Suhandri M. Putri et. al, 2007).

*Corporate Social Responsibility* dimaksudkan untuk mendorong dunia usaha lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya agar tidak berpengaruh atau berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan hidupnya. Konsep CSR ini mulai dikenal sejak awal 1970-an, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktek yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk kontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Pemikiran yang melandasi adanya *Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) ini adalah bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab kepada para pemegang saham (*shareholder*), tetapi juga memiliki tanggung jawab kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*). Pihak-pihak yang berkepentingan dalam sebuah perusahaan adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, *supplier* dan juga *competitor*.

Di Indonesia, praktik CSR telah mendapat perhatian yang cukup besar. Hal ini dilatarbelakangi oleh berbagai kasus yang terjadi seperti penggundulan hutan, meningkatnya polusi dan limbah, buruknya kualitas dan keamanan produk, eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan, penyalahgunaan investasi dan lain-lain. Pemilihan sampel perusahaan manufaktur oleh peneliti dikarenakan pelaksanaan CSR pada perusahaan manufaktur sudah ada sejak awal berjalan. Alasan lainnya adalah karena perusahaan manufaktur lebih banyak memberikan pengaruh/dampak terhadap lingkungan di sekitarnya akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan dan

memenuhi segala aspek pada tema pengungkapan CSR. Perusahaan manufaktur dipercaya membutuhkan *image* yang lebih baik dari masyarakat karena rentan terhadap pengaruh politik dan kritikan dari aktivis- aktivis sosial, maka diasumsikan bahwa perusahaan manufaktur akan memberikan pengungkapan *corporate social responsibility* yang lebih luas daripada perusahaan non manufaktur.

Suatu perusahaan memang tidak dapat dipisahkan dari tanggung jawabnya terhadap sosial dan lingkungan. Banyak perusahaan yang seakan berlomba meng-*expose* diri dalam kegiatan yang berorientasi sosial, seperti PT. Unilever Indonesia dengan program “*Lifebouy Hand Washing Campaign* dan “Rinso, Bersih Itu Baik” dan AQUA dengan program “1=10 Liter”, serta banyak lagi program sosial yang memiliki program CSR yang beragam. Sebagai contoh, PT Indonesia Asahan Aluminium (Inalum) dengan pemegang saham dari Jepang, dalam hal ini pemerintah bersikeras untuk mengambil alih Inalum namun ada dua ganjalan dalam akusisi tersebut yaitu berkaitan dengan kewajiban *corporate social responsibility* seperti belum dibayarkan kewajiban-kewajiban ke beberapa kabupaten berupa 10.000 beasiswa ke warga sekitar dan gaji pada karyawan. Dari kasus tersebut terlihat masih ada perusahaan manufaktur yang belum peduli pada kesejahteraan masyarakat.

Oleh karean itu, dikeluarkannya beberapa peraturan pemerintah yang mendorong praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia. Salah satunya Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007, pasal 66 dan 74. Pasal 66 ayat (2) bagian c berisi bahwa selain menyampaikan laporan keuangan,

perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Pada Pasal 74 (ayat 1) Undang-undang Perseroan Terbatas berisi tentang perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Dampak dari aktivitas sosial perusahaan yang berbeda-beda tergantung pada jenis atau karakteristik perusahaan. Karakteristik operasi perusahaan yang menghasilkan dampak sosial yang tinggi akan menuntut pemenuhan tanggung jawab sosial yang lebih tinggi pula. Dalam hal ini karakteristik perusahaan yang digunakan yaitu ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage*.

Ukuran dewan komisaris merupakan organ perusahaan yang fungsi utamanya adalah memberi perhatian secara bertanggungjawab atas pengelolaan perusahaan dalam rangka mencapai maksud dan tujuan perusahaan. Hubungan ukuran dewan komisaris dengan *corporate social responsibility* yaitu semakin besar ukuran dewan komisaris, akan semakin luas pula pengungkapan CSR (Veronica dan Sumin 2009). Hubungan antara dewan komisaris dan pengungkapan CSR juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian lain yang dilakukan oleh Luqman (2010) dan Chandra (2011), Jurica Lucyanda dan Lady GraciaPrilia Siagian (2012), menyatakan bahwa dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Bertentangan dengan penelitian Sembiring (2003) dan Sulastini (2007) mengungkapkan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Ukuran dewan komisaris merupakan posisi terbaik untuk melaksanakan fungsi monitoring kinerja manajemen atas mandat dari pemegang saham. Dengan pengawasan yang baik dari dewan komisaris diharapkan kinerja perusahaan dan laporan keuangan dihasilkan oleh perusahaan dapat diterima oleh pemegang saham perusahaan (Sembiring, 2005).

Profitabilitas menurut Sudarmadji dan Suharto (2007) dimana dikatakan bahwa suatu perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan melakukan pengungkapan yang lebih luas sebagai salah satu upaya untuk meyakinkan pihak eksternal bahwa perusahaan berada dalam persaingan yang kuat dan juga memperlihatkan kinerja perusahaan yang baik pada saat itu. Menurut penelitian Sari dan Kholisoh (2009) menunjukkan adanya hubungan yang tidak signifikan antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan Sitepu dan Hasan (2009) profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Simanjuntak dan Widiastuti (2004), juga membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

*Leverage* adalah perbandingan antara dana yang diperoleh dari ekstern perusahaan dengan dana yang dimiliki oleh perusahaan. *Leverage* memberikan gambaran pula mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Scott (2000) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak

utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

Hubungan *leverage* dengan *corporate social responsibility* yaitu jika perusahaan memiliki *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan yang dilakukan (Jensen dan Meckling, 1976). Penelitian yang dilakukan Simanjuntak dan Widiastuti (2004), mereka menemukan hubungan yang positif antara kedua variabel tersebut, sedangkan menurut Jurica Lucyanda dan Lady GraciaPrilia Siagian (2012) *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian lain juga diungkapkan oleh Sembiring (2005) menunjukkan tidak ada hubungan antara *leverage* dengan CSR.

Dari beberapa penelitian tentang karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu seperti Jurica Lucyanda dan Lady GraciaPrilia Siagian (2012) yang akan dikembangkan dalam penelitian ini. Jurica Lucyanda dan Lady GraciaPrilia Siagian (2012) melakukan penelitian CSR menggunakan variabel independen yang terdiri dari Ukuran perusahaan, Profitabilitas, Profil, Laba per saham, Kepedulian lingkungan, Leverage, Dewan komisaris, Umur perusahaan, Kepemilikan manajemen, dan Peluang pertumbuhan. Dari penelitian Jurica Lucyanda ditemukan perbedaan hasil antara penelitian Sembiring (2005), Sitepu dan Hasan (2009), Farah Diba (2012) dan Rizki Anggita Sari (2012) baik yang berpengaruh hubungan positif maupun yang berpengaruh negatif.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Jurica Lucyanda dan Lady GraciaPrilia Siagian (2012) terletak pada variabel, sampel dan tahun penelitian, yaitu penelitian ini menggunakan variabel ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan leverage sebagai ukuran seberapa luas pengaruhnya terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sampel perusahaan yang digunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2009-2011, sedangkan Jurica Lucyanda dan Lady GraciaPrilia Siagian (2012) menggunakan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, profil, laba per saham, kepedulian lingkungan, leverage, dewan komisaris, umur perusahaan, kepemilikan manajemen, dan peluang pertumbuhan, sedangkan sampel perusahaan yang digunakan adalah seluruh perusahaan *go public* yang terdaftar di BEJ untuk tahun 2007-2009. Atas dasar perbedaan berbagai penelitian tersebut diatas mendorong penulis menguji kembali pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR dengan judul **“Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011).”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan sebelumnya, rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)”. Dari judul penelitian tersebut diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan**

Penelitian ini bertujuan untuk menilai penerapan karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang menggunakannya antara lain:

1. Bagi perusahaan, memberikan tambahan pengetahuan mengenai pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan dan dapat dijadikan pertimbangan bagi pembuatan kebijakan perusahaan terkait tanggung jawab sosialnya.
2. Bagi Bapepam, Lembaga Keuangan dan BEI, penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dalam meningkatkan kebijakan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial.
3. Bagi akademisi, untuk menambah literatur ataupun bahan acuan bagi penelitian selanjutnya dalam bidang akuntansi, terutama bagi yang ingin mengadakan penelitian lanjutan tentang karakteristik perusahaan dan *corporate social responsibility*.



#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, dimana tiap-tiap bab akan disusun secara sistematis sehingga akan menggambarkan hubungan antara satu bab dengan bab lainnya. BAB I membahas pendahuluan. Bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah mendorong dilakukannya penelitian ini. Selain itu didalam bab ini juga diuraikan perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan. BAB II membahas telaah pustaka. Bab ini berkaitan dengan landasan teoritis yang digunakan dalam penelitian ini. Selain itu juga diuraikan penelitian terdahulu, dan kerangka pikir penelitaian, serta hipotesis penelitian. BAB III membahas metode penelitian, terdiri dari variabel penelitian dan definisi operasional penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis. BAB IV membahas hasil analisis dan pembahasan. Dalam bab ini akan dibahas mengenai hasil penelitian yang telah dianalisis dengan metode penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. BAB V membahas penutup yang memuat kesimpulan yang diperoleh pembahasan yang telaah dilakukan sebelumnya.

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori *Signaling* (*Signaling Theory*)**

Manajemen selalu berusaha untuk mengungkapkan informasi privat yang menurut pertimbangannya sangat diminati oleh investor dan pemegang saham, khususnya kalau informasi tersebut merupakan berita baik (*good news*). Manajemen juga berminat menyampaikan informasi yang dapat meningkatkan kredibilitas kesuksesan perusahaan meskipun informasi tersebut tidak diwajibkan. Tujuan dari laporan tambahan ini adalah untuk menyediakan informasi tambahan mengenai kegiatan perusahaan sekaligus sebagai sarana untuk memberikan tanda (*signal*) kepada para *stakeholders* mengenai hal-hal lain, misalnya memberikan tanda (*signal*) tentang kepedulian perusahaan terhadap wilayah sekitarnya, atau tanda bahwa perusahaan tidak hanya menyediakan informasi berdasarkan ketentuan peraturan tetapi menyediakan informasi yang lebih bagi para *stakeholders*.

Tanda-tanda (*signals*) ini diharapkan dapat diterima secara positif oleh pasar sehingga mampu mempengaruhi kinerja pasar perusahaan yang tercermin dalam harga pasar saham perusahaan. Hal ini memberikan motivasi bagi perusahaan-perusahaan untuk mengungkapkan, melalui laporan keuangan, bahwa mereka lebih baik dari pada perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan. Dengan demikian, *signaling theory* menekankan bahwa

perusahaan akan cenderung menyajikan informasi yang lebih lengkap untuk memperoleh reputasi yang lebih baik dibandingkan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan, yang pada akhirnya akan menarik investor.

Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa semakin besar perusahaan maka semakin banyak pengungkapan tanggung jawab sosial yang disampaikan (Suwardjono, 2005). Berdasarkan uraian diatas, teori *signaling* lebih menunjukkan konsistensi yang besar terhadap adanya pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) yang luas.

### **2.1.2 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)**

Perusahaan bisa ada dalam suatu masyarakat karena adanya dukungan dari masyarakat. Oleh sebab itu, perilaku perusahaan dan cara yang digunakan perusahaan saat menjalankan bisnis harus berada dalam bingkai pedoman yang ditetapkan masyarakat. Dalam hal ini, seperti halnya pemerintah, perusahaan memiliki kontrak sosial (*social contract*) yang berisi sejumlah hak dan kewajiban. Kontrak sosial itu akan mengalami perubahan sejalan dengan perubahan kondisi masyarakat. Namun, apa pun perubahan yang terjadi, kontrak sosial tersebut tetaplah merupakan dasar bagi legitimasi bisnis. Kontrak sosial ini pula yang akan menjadi wahana bagi perusahaan untuk menyesuaikan berbagai tujuan perusahaan dengan tujuan-tujuan masyarakat yang pelaksanaannya dimanifestasikan dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun nonfisik.

Gray et. al, berpendapat bahwa legitimasi merupakan “... *a systems-oriented view of organization and society...permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organizations, the state, individuals an group*”. Definisi ini mengisyaratkan bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat.

Hasil penelitian di atas menjelaskan bahwa legitimasi perusahaan dapat ditingkatkan melalui tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Untuk itu, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diperlukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat.

### **2.1.3 Teori agensi (Agency Theory)**

*Agency Theory* mendasarkan hubungan kontrak antar anggota-anggota dalam perusahaan, dimana prinsipal dan agen sebagai pelaku utama. Prinsipal (pemegang saham) merupakan pihak yang memberikan mandat kepada agen untuk bertindak atas nama prinsipal, sedangkan agen (manajemen) merupakan pihak yang diberi amanat oleh prinsipal untuk menjalankan perusahaan. Agen berkewajiban untuk mempertanggungjawabkan apa yang telah diamanahkan oleh prinsipal kepadanya.

Aplikasi *agency theory* dapat terwujud dalam kontrak kerja yang akan mengatur proporsi hak dan kewajiban masing-masing pihak dengan tetap

memperhitungkan kemanfaatan secara keseluruhan. Kontrak kerja merupakan seperangkat aturan yang mengatur mengenai mekanisme bagi hasil, baik yang berupa keuntungan, *return* maupun risiko-risiko yang disetujui oleh prinsipal dan agen. Kontrak kerja akan menjadi optimal bila kontrak dapat *fairness* yaitu mampu menyeimbangkan antara prinsipal dan agen yang secara matematis memperlihatkan pelaksanaan kewajiban yang optimal oleh agen dan pemberian insentif/imbalan khusus yang memuaskan dari prinsipal ke agen.

Teori agensi menjelaskan hubungan antara prinsipal dengan agen. Praktik CSR dan pengungkapannya juga dikaitkan dengan *agency theory* (Cowen et.al, 1987). Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu komitmen manajemen untuk meningkatkan kinerjanya terutama dalam kinerja sosial. Dengan demikian, manajemen akan mendapatkan penilaian positif dari *stakeholders*.

#### **2.1.4 Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Definisi mengenai *corporate social responsibility* sekarang ini sangatlah beragam. Seperti definisi CSR yang dikemukakan oleh Maignan dan Farrel (2004) yang mendefinisikan CSR sebagai “ *A business acts in socially responsible manner when its decision and actions for balance diverse when its decision and actinons for and balance diverse stakeholder interest*”. Defenisi ini menekankan perlunya memberikan perhatian secara seimbang terhadap kepentingan berbagai *stakeholder* yang beragam dalam setiap keputusan dan

tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang secara sosial bertanggung jawab.

Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu konsep bahwa suatu organisasi khususnya (namun bukan hanya) perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam aspek operasional perusahaan. CSR berhubungan erat dengan dengan “pembangunan berkelanjutan”, dimana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuangan, misalnya keuntungan atau dividen melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang.

#### **2.1.5 Pengungkapan CSR**

Anggraini (2006) menyatakan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi.

*Schermerhorn (1993)* memberi definisi tanggung jawab sosial perusahaan sebagai suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara

mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan publik eksternal. Pasal 15 huruf (b) UUPM yang menegaskan bahwa “tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat”.

Darwin (2004) dalam Rawi dan Munawar (2010) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial terhadap operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

Menurut Gray, et al (1987) dalam Murwaningsari (2007), ruang lingkup tanggung jawab sosial (CSR) mencakup tiga hal, yaitu: (1) *Basic Responsibility*, tanggung jawab yang muncul karena keberadaan perusahaan. Contohnya kewajiban membayar pajak, mentaati hukum, dan memenuhi standar pekerjaan, (2) *Organizational Responsibility*, tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi kepentingan *stakeholders*, dan (3) *Societal Responsibility*, tanggung jawab yang menjelaskan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan masyarakat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), yang tertuang dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 Paragraf 9, yang menyatakan bahwa:

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

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan suatu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosialnya yang turut serta merasakan dampak atas aktivitas operasional perusahaan. CSR diwujudkan agar terjaga keseimbangan diantara pelaku bisnis dan masyarakat sekitarnya agar semua pihak tidak ada yang dirugikan.

#### **2.1.6 Ukuran Dewan Komisaris**

Menurut Fama dan Jensen (1983), ukuran dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi, yang bertanggungjawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan akan dipandang lebih baik, karena pihak dari luar akan menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan perusahaan dengan lebih objektif dibanding perusahaan yang memiliki susunan dewan komisaris yang hanya berasal dari dalam perusahaan. Dewan komisaris terdiri dari *inside* dan *outside director* yang akan memiliki akses informasi khusus yang berharga dan sangat membantu dewan komisaris serta menjadikannya sebagai alat efektif dalam keputusan pengendalian.

Sedangkan menurut Mulyadi (2002) fungsi dewan komisaris itu sendiri adalah mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi) dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan.



Manajemen memiliki dorongan untuk mengungkapkan informasi yang menguntungkan dan “menyembunyikan” informasi yang tidak menguntungkan. Informasi yang menguntungkan akan diungkap seluas luasnya, sedangkan informasi yang tidak menguntungkan kelihatannya tidak diungkap dan sebagai hasilnya, para pemegang saham tidak akan mengetahui secara khusus informasi yang disembunyikan. Untuk mengatasi hal tersebut, pemegang saham mendelegasikan wewenang mereka dalam memonitor aktivitas manajemen kepada dewan komisaris. Teori agensi (*agency theory*) telah digunakan secara luas dalam penelitian tentang dewan komisaris karena manajemen dengan tugas (mandat) yang besar maka dibutuhkan dewan komisaris yang banyak untuk mengawasi kegiatan manajemen. Hal ini dilakukan dengan membagi tipe anggota dewan komisaris menjadi dua, yaitu : outside dan inside directors (Kosnik, 1987, dalam Arifin, 2002).

### **2.1.7 Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Heinze dan Gray, *et al.* 1976). Ini didukung oleh teori legitimasi (*legitimacy theory*), dimana perusahaan mendapat legitimasi (respon) baik dari masyarakat karena perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dianggap dapat membiayai aktivitas sosialnya.

Sedangkan, pengungkapan CSR merupakan cerminan suatu pendekatan manajemen dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan *multidimensional* serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, ketrampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk *survive* dalam lingkungan perusahaan masa kini (Cowen *et al.*, 1987). Hackston dan Milne (1996) menemukan tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat profitabilitas dengan pengungkapan informasi sosial.

#### **2.1.8 Leverage**

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. *Leverage* mencerminkan tingkat risiko keuangan perusahaan (Sembiring, 2005). Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) keputusan untuk mengungkapkan CSR akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mengakibatkan pengawasan yang tinggi dilakukan oleh *debtholder* terhadap aktivitas perusahaan. Berdasarkan teori *signaling* bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan sedikit informasi, hal ini menjadi sorotan para *debtholders*.

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Penelitian mengenai karakteristik perusahaan terhadap *CSR* telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, salah satunya dilakukan oleh *Jurica Lucyanda dan Lady Graciapriliana Siagian (2012)* menguji pengaruh karakteristik

perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris, profil perusahaan, umur perusahaan, kepemilikan manajemen, *earning per share*, kepedulian dan peluang pertumbuhan. Dari sepuluh variabel tersebut, lima variabel yang berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, *earning per share* dan kepedulian lingkungan.

*Sembiring* (2005) melakukan penelitian karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan yang tercatat Di BEJ. Penelitian CSR ini menggunakan variabel dependen yaitu CSR dan variabel independen yang terdiri dari *Size*, Profitabilitas, Profile, *Leverage*, Ukuran dewan komisaris, dan variabel dependen CSR. Secara parsial tiga variable, yaitu *size*, profile, dan ukuran dewan komisaris ditemukan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

*Sitepu dan Hasan* (2009) meneliti luas pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel dependen berupa CSR dengan variabel independen berupa ukuran dewan komisaris, *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas secara bersama-sama memiliki kemampuan mempengaruhi jumlah informasi sosial yang diungkapkan. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif, hal itu dapat meningkatkan luas pengungkapan sosialnya.

*Farah Diba* (2012) melakukan penelitian mengenai pengaruh karakteristik perusahaan dan regulasi pemerintah terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Dalam penelitian ini pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai variabel dependen sedangkan kepemilikan saham pemerintah, kepemilikan saham asing, regulasi pemerintah, tipe industri, *size* dan profitabilitas sebagai variabel independen. Variabel kepemilikan saham pemerintah, kepemilikan saham asing, regulasi pemerintah, *size* dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR sedangkan, tipe industri berpengaruh negatif.

*Rizkia Anggita Sari* (2012) meneliti pengaruh karakteristik perusahaan terhadap *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan variabel independen yang digunakan adalah *profile*, *size*, profitabilitas, *leverage* dan *growth company*. Dari lima variabel tersebut hanya dua yang signifikan terhadap CSR yaitu *size* dan profitabilitas sedangkan *profile*, *leverage* dan *growth company* tidak berpengaruh.

**Tabel 2.2**  
**Tinjauan Penelitian Terdahulu**

No.	Peneliti	Variabel penelitian dan Alat uji	Hasil
1.	Jurica Lucyanda dan Lady Graciaprilia Siagian (2012)	<p>Var. independen: ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, <i>earning per share</i>, kepedulian lingkungan, <i>leverage</i>, ukuran dewan komisaris, <i>size</i>, kepemilikan manajemen dan peluang pertumbuhan.</p> <p>Var. dependen: <i>CSR Disclosure</i></p> <p>Alat Uji: Regresi berganda</p>	<p><i>leverage</i>, ukuran dewan komisaris, <i>size</i>, kepemilikan manajemen dan peluang pertumbuhan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>CSR disclosure</i>.</p> <p>ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, <i>earning per share</i>, kepedulian lingkungan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>CSR disclosure</i>.</p>
2.	Sembiring (2005)	<p>Variabel Independen: <i>Size</i>, Profitabilitas, Profile, <i>Leverage</i>, Ukuran dewan komisaris.</p> <p>Variabel dependen: CSR</p> <p>Alat uji: Regresi berganda</p>	<p>Secara parsial tiga variable, yaitu <i>size</i>, profile, dan ukuran dewan komisaris ditemukan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan <i>leverage</i> dan profitabilitas berpengaruh negatif.</p>
3.	Sitepu dan Hasan (2009)	<p>Var. independen: Ukran dewan komisaris, <i>leverage</i>, ukuran perusahaan, profitabilitas.</p>	<p>Seluruh var. independen memiliki pengaruh terhadap jumlah</p>

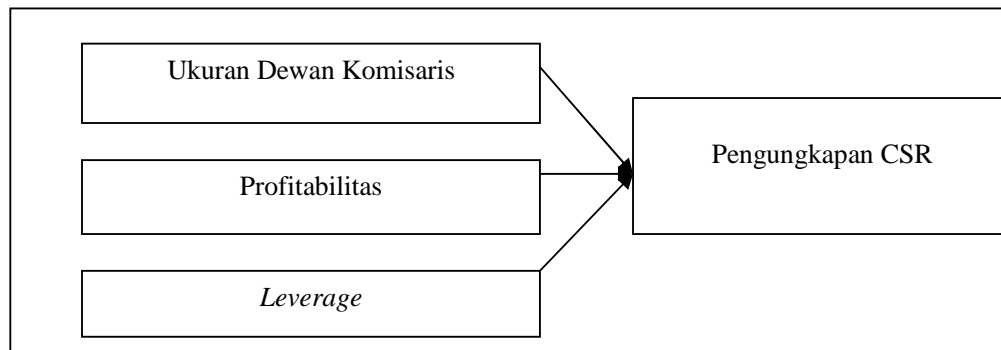
		Var. dependen: Luas CSR <i>Disclosure</i>  Alat uji: Regresi berganda	informasi social yang diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan.
4.	Farah Diba (2012)	Var. independen: Kepemilikan saham pemerintah, kepemilikan asing, regulasi pemerintah, tipe industri, <i>size</i> dan profitabilitas.  Var. dependen: CSR <i>Disclosure</i>  Alat Uji: Regresi berganda	Kepemilikan saham pemerintah, kepemilikan asing, regulasi pemerintah, <i>size</i> dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.  Tipe industri tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
5.	Rizkia Anggita Sari (2012)	Var. Independen: Profile, <i>size</i> , profitailitas, <i>leverage</i> dan <i>growth company</i>  Var.Dependen: Pengungkapan sosial  Alat uji: Regresi berganda	.Variabel <i>size</i> dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR. Sedangkan, profile, <i>leverage</i> dan <i>growth company</i> berpengaruh negatif terhadap CSR.

Sumber : Berbagai penelitian terdahulu di Indonesia

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya dan telaah pustaka, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.3

**KERANGKA PEMIKIRAN****2.4 Hipotesis****2.4.1 Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan CSR**

Berdasarkan teori agensi, dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi, yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Hasil menunjukkan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil ini juga berhasil mendukung penelitian Arifin (2002) yang menemukan bahwa dewan komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan sukarela yang dibuat perusahaan di Indonesia. Namun berbeda dengan penelitian Jurica Lucyanda dan Lady GraciaPrilia Siagian (2012), menyatakan bahwa dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap pengungkapan

CSR. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H1 : Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.**

#### **2.4.2 Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR**

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Heinze dan Gray, *et al.* 1976). Ini didukung oleh teori legitimasi (*legitimacy theory*), dimana perusahaan mendapat legitimasi (respon) baik dari masyarakat karena perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dianggap dapat membiayai aktivitas sosialnya.

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah didalilkan untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan manajerial yang dapat membuat perusahaan memperoleh keuntungan. Sedangkan, profitabilitas menurut Saidi (2004) adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba sehingga dapat menggambarkan keberadaan perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Hasil menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan Menurut penelitian Jurica Lucyanda dan Lady GraciaPrilia Siagian (2012), menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini



adalah sebagai berikut:

**H2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.**

### **2.4.3 Leverage Terhadap Pengungkapan CSR**

*Leverage* merupakan proporsi total kewajiban terhadap total ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Selain itu, *leverage* juga merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Menurut Belkaoui dan Karprik (1989) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan meningkatkan pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan.

Sesuai dengan *signaling theory* yaitu, manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hasil menunjukan *leverage* berpengaruh negatif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut penelitian Sembiring (2005) menyebutkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Bertentangan dengan penelitian Naser, *et al* menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H3 : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

##### **3.1.1 Variabel Dependen**

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* yang dilihat dari *annual report* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Adapun menurut Darwin (2004) dalam Rawi dan Munawar (2010) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial terhadap operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

Dalam hal ini, metode analisis yang digunakan adalah metode analisis isi (*content analysis*) peneliti akan mengamati ada tidaknya item informasi non keuangan yang diungkapkan dalam *annual report*. Item informasi non keuangan tersebut didasarkan pada *Key Succes Factors for Social Performance* yang berasal dari penelitian Hackston dan Milne (1996) yang kemudian dikutip oleh Sembiring, (2005) berisi 78 indikator pengukuran *corporate social responsibility*. Ketujuh kategori tersebut dijabarkan ke dalam 78 item pengungkapan yang telah disesuaikan dengan kondisi yang ada di Indonesia sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Pengukuran variabel ini dilakukan dengan cara mengamati ada atau tidaknya suatu item informasi non keuangan dalam laporan tahunan, apabila item informasi non keuangan tidak ada dalam laporan keuangan maka diberi skor 0, dan jika item informasi non keuangan yang ditentukan ada dalam laporan keuangan tahunan maka diberi skor 1. Metode ini sering disebut *Checklist data*. Metode ini dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dalam tujuh kategori yaitu: lingkungan, energi, kesehatan, keselamatan, tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum (Hackston dan Milne, 1996).

Luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dinyatakan dalam *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dirumuskan sebagai berikut:

- a. Perhitungan indeks tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan rasio total skor yang diperoleh dengan skor maksimal yang diperoleh. Indeks diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{Indek} = \frac{n}{k}$$

n : jumlah skor pengungkapan yang diperoleh

k : jumlah skor maksimal (Amilia dan Retrinasari, 2007)

### **3.1.2 Variabel Independen**

#### **3.1.2.1 Ukuran Dewan Komisaris**

Ukuran dewan komisaris merupakan anggota dewan direksi yang memiliki pengaruh terhadap kemampuan untuk bertindak independen semata-mata demi

keuntungan perusahaan (Komite nasional Kebijakan Governance, 2004). Ukuran dewan komisaris dilihat dari jumlah dewan komisaris yang ada di intern perusahaan. Hasilnya berupa persentase yang dihitung dari rumus berikut:

$$\text{Ukuran Dewan Komisaris} = \frac{\text{Jumlah Dewan Komisaris Perusahaan}}{\dots}$$

### 3.1.2.2 Profitabilitas

Profitabilitas menurut Saidi (2004) adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari kegiatan operasinya. Terdapat beberapa ukuran untuk menentukan profitabilitas perusahaan, yaitu : *return of equity* (Heckston dan Milne, 1996), *return on assets* (Belkaoui dan Karpik, 1989; Heckston dan Milne, 1996), *earning per share* (Sembiring, 2005), *net profit margin* (Anggraeni, 2006). Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat ukuran perusahaan ini adalah *Return on Asset* (ROA) karena rasio ini lebih tepat digunakan untuk mengetahui sejauhmana perusahaan menghasilkan laba pada jumlah asset tertentu. Rasio ini juga merupakan rasio terpenting untuk mengetahui profitabilitas suatu perusahaan. *Return on asset* (ROA) merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

Variabel ini diukur dengan laba bersih sesudah pajak dibagi dengan total aktiva. Hasilnya dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Profitabilitas (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Asset}}$$

### 3.1.2.3 *Leverage*

*Leverage* menunjukkan struktur pendanaan perusahaan. *Leverage* dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan, Sembiring (2005). Variabel ini diharapkan dengan total kewajiban dibagi dengan ekuitas pemegang saham. Dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Leverage (DER)} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total ekuitas}}$$

## 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2009-2011. Sampel diambil dengan metode *purposive sampling*, yaitu dengan mengambil sampel yang telah ditentukan sebelumnya berdasarkan maksud dan tujuan penelitian dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dari tahun 2009-2011 melalui situs Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)).
2. Perusahaan yang mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial melalui laporan tahunannya.
3. Memiliki data yang lengkap berkaitan dengan variable-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

4. Laporan keuangan yang tidak memiliki ekuitas negatif karena apabila ekuitas negatif akan mempengaruhi informasi yang dimiliki oleh perusahaan.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Data yang dikumpulkan berupa data kuantitatif, yaitu data yang diukur dalam suatu skala numerik. Sumber data penelitian ini adalah data sekunder, berupa laporan tahunan atau *annual report* yang diperoleh dari Pojok BEI Fakultas Ekonomi UNDIP, situs resmi Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)).

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah metode dokumentasi, yaitu penggunaan data yang berasal dari dokumen-dokumen yang sudah ada. Pengumpulan data dilakukan dengan melihat data-data yang diperlukan, mencatat, dan menganalisis *annual report* perusahaan tahun 2009-2011.

### **3.5 Metode Analisis Data**

#### **3.5.1 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik harus dilakukan terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data memenuhi asumsi klasik atau tidak. Tujuannya untuk menghindari terjadinya estimasi yang bias, karena tidak semua data dapat diterapkan regresi. Pengujian meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas

dan uji autokorelasi.

### 3.5.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2009). Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Adapun dasar pengambilan keputusan menurut Ghozali (2009) :

1. Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak.  
Hal ini berarti data residual terdistribusi tidak normal.
2. Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih dari 0,05, maka  $H_0$  diterima.  
Hal ini berarti data residual terdistribusi normal.

### 3.5.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2009). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor (VIF)*. Multikolinearitas diihat dari nilai *tolerance*  $\leq 0.10$  atau *VIF*  $\leq 10$ . Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

### 3.5.1.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*) karena "gangguan" pada seorang individu/kelompok cenderung mempengaruhi "gangguan" pada individu/kelompok yang sama pada periode berikutnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

### 3.5.1.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2009). Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik tidak terjadi Heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika hasil uji Glejser menunjukkan tidak ada satupun variabel independen yang signifikansinya  $> 5\%$ , maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2009).



### 3.5.2 Pengujian Hipotesis

#### 3.5.2.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji pengaruh simultan (*fit model*) bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ( $\alpha=5\%$ ).

#### 3.5.2.2 Uji Parametrik Individual (Uji Statistik t)

Uji parametrik individual tujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Bila nilai signifikansi  $t < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Apabila nilai signifikansi  $t > 0.05$ , maka  $H_0$  diterima, artinya terdapat tidak ada pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen

Analisis regresi berganda digunakan untuk memprediksi pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel tergantung, baik secara parsial maupun simultan. Mengingat penelitian ini menggunakan empat variabel bebas,

maka persamaan regresinya sebagai berikut :

$$\text{CSR disk} = \alpha_0 + \beta_2 \text{UDK} + \beta_3 \text{Prof} - \beta_4 \text{Lev} + \epsilon_i$$

Keterangan:

CSR	: Indeks Pengungkapan CSR perusahaan
UDK	: Proporsi Ukuran Dewan Komisaris
Profitabilitas	: Profitabilitas
Leverage Year	: Leverage year
$\epsilon_i$	: <i>error term</i>

### 3.5.2.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai  $R^2$  digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu (1) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Nilai  $R^2$  digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variabel independen, tapi karena  $R^2$  mengandung kelemahan mendasar, yaitu adanya bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model, maka dalam penelitian ini menggunakan *adjusted*  $R^2$  berkisar antara 0 dan 1. Jika nilai *adjusted*  $R^2$  semakin mendekati 1 maka makin baik kemampuan model tersebut menjelaskan variabel dependen.