

KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL

Marfuah

Dosen Tetap Jurusan Akuntansi FE UII

e-mail: marfuah@uui.ac.id

Yuliawan Dwi Cahyono

Alumni Jurusan Akuntansi FE UII

Abstract

This research aims to empirically examine the influence of company characteristics toward corporate social responsibility (CSR) disclosure of manufacturing companies those are listed in Indonesian Stock Exchange. This research considers seven variables of company characteristics that may influence CSR disclosure i.e. company size, profitability, company profile, board of commissary size, leverage, management ownership, and operation efficiency.

The examination result on 39 samples selected by purposive sampling in the observation period of 2008 to 2009 shows that the variables of company size, company profile, and board of commissary size have positive and significant influence toward CSR disclosure while the variable of leverage has negative and significant influence toward CSR disclosure. This indicates that the tendency of CSR disclosure is higher for company with the characteristics of company with big size, company with high profile, and company with big board of commissary size. On contrary, the tendency of CSR disclosure is lower in the company with high leverage. The examination result on other three independent variables shows that leverage, management ownership, and operation efficiency do not have significant influence toward CSR disclosure.

Keywords: *corporate social responsibility (CSR) disclosure, company characteristics, good corporate governance.*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel karakteristik perusahaan yang diduga mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terdiri dari 7 variabel, yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, profile perusahaan, ukuran dewan komisaris, leverage, kepemilikan manajemen dan efisiensi operasi.

Hasil pengujian terhadap 39 sampel yang dipilih secara purposif sampling dengan periode pengamatan tahun 2008 dan 2009 menemukan bahwa variabel ukuran perusahaan, profile perusahaan dan ukuran dewan komisaris mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan variabel leverage mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan cenderung lebih besar pada perusahaan yang mempunyai karakteristik: ukuran perusahaan besar, perusahaan termasuk dalam high profile dan mempunyai ukuran dewan komisaris yang besar. Sebaliknya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan cenderung lebih rendah pada perusahaan yang mempunyai leverage tinggi. Adapun pengujian terhadap ketiga variabel independen lainnya, yaitu profitabilitas, kepemilikan

manajemen dan efisiensi operasi tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kata kunci: *pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, karakteristik perusahaan, good corporate governance.*

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan konsep akuntansi yang menyajikan transparansi pengungkapan atas aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Informasi yang diungkapkan perusahaan tidak hanya informasi mengenai keuangan perusahaan, tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan. Dengan adanya tanggung jawab sosial perusahaan, membuat tanggung jawab perusahaan menjadi lebih luas.

Tanggung jawab sosial dari perusahaan juga terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder* yang meliputi konsumen, pegawai, pemilik, investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor. Tanggung jawab perusahaan berpijak pada *triple bottom lines*. *Triple bottom lines* terdiri dari finansial, sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup untuk menjamin nilai perusahaan untuk tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan akan terjamin, apabila perusahaan juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan hidup, karena pada dasarnya perusahaan sangat tergantung dengan kedua hal tersebut.

Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan suatu pengungkapan yang bersifat sukarela (*voluntary disclosure*) yang lebih ditujukan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu diduga banyak faktor yang mempengaruhi pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan, baik faktor yang berasal dari peraturan pemerintah maupun faktor dari dalam perusahaan itu sendiri.

Hackston dan Milne (1999) menyatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai per-

tanggungjawaban sosial, karena hal ini akan meningkatkan *image* perusahaan dan meningkatkan penjualan. Retno (2006) menemukan bahwa variabel prosentase kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial dengan arah sesuai dengan yang diprediksi. Semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan, manajer perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial dari kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan di dalam program *CSR*. Junaidi (2006) menyatakan bahwa kepemilikan manajemen yang besar akan efektif dalam memonitor aktivitas perusahaan.

Di Indonesia, penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah dilakukan dengan hasil yang belum konsisten. Sembiring (2005) menguji pengaruh *size* perusahaan, profitabilitas, *profile* perusahaan, ukuran dewan komisaris dan *leverage* menemukan bahwa *size* perusahaan, profil dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sementara profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Rosmanita (2007) menguji pengaruh kepemilikan manajemen, *leverage*, ukuran perusahaan (*size*), dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen secara statistik mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sementara *leverage*, ukuran perusahaan (*size*) dan profitabilitas secara statistik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dwiwanda (2009) menemukan bahwa pada perusahaan manufaktur dan jasa, variabel size, ukuran dewan komisaris dan leverage berpengaruh positif signifikan, sedangkan profile perusahaan, kepemilikan manajemen, dan profitabilitas mempunyai hubungan positif, tetapi tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dwiwanda (2009) menyimpulkan bahwa meskipun memiliki tingkat leverage yang tinggi, perusahaan akan tetap menjalankan aktivitas sosialnya karena dengan melakukan hal tersebut perusahaan bisa meningkatkan semangat kerja dan kinerja para pegawainya.

Irianto (2009) menemukan bahwa hanya variabel profile perusahaan yang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan variabel yang lain, yaitu size, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, likuiditas, dan leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana pengaruh karakteristik perusahaan yang terdiri dari ukuran perusahaan (size), profitabilitas, profile perusahaan, ukuran dewan komisaris, leverage, kepemilikan manajemen dan efisiensi operasi terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pada bagian ini diuraikan teori yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, karakteristik perusahaan serta perumusan hipotesis penelitian.

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Seiring semakin banyaknya tuntutan mengenai dampak dari aktivitas perusahaan, maka perusahaan dianjurkan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab

sosial. Menurut pasal 1 butir 3 Undang-Undang No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Dengan adanya CSR menjadikan tanggung jawab suatu perusahaan akan menjadi lebih luas. Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada investor dan kreditor namun juga harus bertanggung jawab pada masyarakat dimana perusahaan tersebut beroperasi dan aspek-aspek sosial lain dimana aspek tersebut berkaitan langsung dengan perusahaan.

Rusdian (2008) menyatakan bahwa CSR dalam prinsip *Good Corporate Governance (GCG)* ibarat dua sisi mata uang. Keduanya sama penting dan tidak terpisahkan. *GCG* sebagai suatu konsep yang saat ini sedang banyak dibicarakan, terdiri atas empat prinsip, yaitu *responsibility, earnestness, transparency, dan accountability*. CSR tercakup dalam prinsip *responsibility*, yang definisinya banyak penekanan kepada kepentingan *stakeholder* perusahaan (*stakeholder-driven concept*).

Menurut Gray dkk. (1995b), ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat keuangan sebagai pemakai utama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan.

Pendekatan alternatif kedua dengan meletakkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat

kat dan organisasi. Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan sekaligus merupakan sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Item-item yang wajib diungkapkan dalam laporan tanggung jawab sosial perusahaan meliputi 7 kategori, yaitu: 1) Lingkungan. Berkaitan dengan apakah kegiatan perusahaan menimbulkan dampak-dampak negatif seperti polusi, kerusakan lingkungan. Serta adakah upaya-upaya dari perusahaan untuk menjaga kelestarian lingkungan. 2) Energi. Berkaitan dengan pemanfaatan energi yang digunakan dan usaha-usaha perusahaan dalam memperoleh serta mengelola penggunaan energi. 3) Kesehatan dan keselamatan tenaga kerja. 4) Adanya tindakan-tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjamin adanya suatu kesehatan dan keselamatan kerja. 5) Lain-lain tentang tenaga kerja. 6) Adanya perekrutan tenaga kerja yang cacat, adanya tindakan-tindakan untuk menjamin kesejahteraan tenaga kerja serta tindakan untuk mengembangkan keterampilan keahlian tenaga kerja. 7) Produk. Berkaitan dengan mutu dan kualitas produk serta keamanannya bagi konsumen. 8) Keterlibatan masyarakat. Berkaitan dengan adanya tindakan-tindakan yang dilakukan oleh perusahaan mengenai hubungan dengan masyarakat. Tindakan nyata yang telah dilakukan perusahaan kepada masyarakat. 9) Umum. Pengungkapan selain yang termasuk dalam keenam kategori di atas yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan.

Manfaat yang diperoleh perusahaan yang menerapkan CSR menurut Effendi (2006) antara lain: 1) Keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat luas. 2) Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal. 3) Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya

manusia (*human resources*) yang berkualitas. 4) Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen resiko (*risk management*).

Karakteristik Perusahaan

Karakteristik perusahaan merupakan hal-hal yang melekat pada perusahaan, sehingga perusahaan dapat dikenali dengan adanya hal-hal yang melekat tersebut. Karakteristik perusahaan dapat berupa ukuran perusahaan (*size*), leverage, basis perusahaan, jenis industri, serta profil dan karakteristik lainnya (Marwata, 2001).

Setiap perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda dengan perusahaan lainnya. Adanya suatu perbedaan karakteristik ini, diduga akan berpengaruh terhadap besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, karena karakteristik perusahaan juga berkaitan dengan kemampuan perusahaan baik segi finansial atau non finansial. Dalam penelitian ini, karakteristik perusahaan akan diproksikan ke dalam *size* perusahaan, profitabilitas, profile, ukuran dewan komisaris, leverage, kepemilikan manajerial, efisiensi operasi yang dimiliki oleh perusahaan.

Perumusan Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini berkaitan dengan pengaruh ke tujuh variabel karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu:

Size Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Perusahaan yang besar juga memiliki kompleksitas yang besar dibandingkan dengan perusahaan kecil. Aktivitas dari perusahaan besar akan lebih berpengaruh terhadap lingkungan sosial masyarakat dari pada perusahaan kecil. Pada umumnya perusahaan besar lebih banyak mendapatkan sorotan dari publik mengenai aktivitasnya, sehingga pengung-

kapian tanggung jawab sosial akan menjadi sangat penting bagi perusahaan, karena dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial akan meningkatkan *image* perusahaan dan sekaligus menurunkan biaya politis (Sembiring, 2005).

Semakin tinggi biaya politis yang dimiliki oleh perusahaan maka perusahaan akan semakin banyak mengeluarkan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial sehingga laba yang dilaporkan menjadi lebih rendah. Dalam upaya untuk mengurangi biaya keagenan, secara umum perusahaan besar akan melakukan pengungkapan yang lebih luas. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan lingkungan (Patten, 1992; Haniffa dan Cooke, 2005). Berdasar uraian di atas dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1 : Size perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Profitabilitas dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Profitabilitas berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas merupakan suatu informasi yang dianggap penting oleh para investor dan kreditor untuk menilai investasi mereka. Perusahaan yang memiliki kemampuan menghasilkan laba yang tinggi, biasanya juga memiliki banyak dana yang tersedia, termasuk tersedianya dana untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Dengan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial dipercaya sebagai pendekatan manajemen untuk mengurangi tekanan sosial dan merespon kebutuhan sosial (Hackston dan Milne, 1996). Oleh karena itu perusahaan akan melakukan pengungkapan lebih besar ketika kemampuan labanya di atas rata-rata industri agar investor dan kreditor yakin bahwa perusahaan dalam posisi persaingan yang kuat dan operasi perusahaan berjalan efisien

(Suhardjanto dan Miranti, 2009). Berdasar uraian di atas dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Profile Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Profile perusahaan digolongkan menjadi 2 yaitu perusahaan High-Profile dan Low-Profile. Perusahaan High-Profile merupakan perusahaan yang dalam operasinya memiliki dampak yang tinggi terhadap lingkungan, dan sebaliknya perusahaan Low-Profile merupakan perusahaan yang operasinya tidak memiliki dampak yang tinggi terhadap lingkungan. Karena memiliki dampak terhadap lingkungan tinggi maka perusahaan yang termasuk dalam High-Profile akan mengungkapkan tanggung jawab sosial lebih banyak. Penelitian yang mendukung hubungan antara profile perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan antara lain Hackson dan Milne (1996), Utomo (2000), Henny dan Murtanto (2001), Hasibuan (2001) dan Sembiring (2005). Berdasar uraian di atas dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3 : Profile perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Ukuran Dewan Komisaris dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi dari suatu perusahaan. Semakin besar jumlah dewan komisaris maka akan semakin besar pula pengawasan terhadap *CEO* dan manajemen, sehingga *CEO* akan selalu terpacu untuk memaksimalkan nilai perusahaan, termasuk dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian yang mendukung hubungan antara ukuran Dewan Komisaris dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan antara

lain Coller dan Gregory (1999), Beasley (2001), Sabeni (2002) dan Sembiring (2005). Berdasar uraian di atas dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H4: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Leverage dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Leverage merupakan rasio hutang terhadap modal. Leverage menunjukkan seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang atau pihak luar dibandingkan dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal perusahaan. Perusahaan yang baik seharusnya memiliki komposisi modal yang lebih besar dari hutang, karena apabila perusahaan memiliki jumlah hutang besar, risiko yang ditanggung juga akan semakin besar. Risiko tersebut terkait dengan tidak terbayarnya pembayaran bunga dan angsuran pokok hutang.

Perusahaan yang memiliki tingkat leverage yang tinggi cenderung akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Menurut Belkaoui dan Karpik (1989), keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan menambah pengeluaran perusahaan yang pada akhirnya akan menurunkan laba yang diperoleh perusahaan. Sesuai dengan teori agensi, manajemen perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholder*. Berdasar uraian di atas dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H5: Leverage perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kepemilikan Manajerial dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Struktur kepemilikan dipercaya mampu untuk mempengaruhi kinerja suatu

perusahaan. Termasuk kepemilikan saham perusahaan oleh beberapa manajer perusahaan itu sendiri. Besarnya kepemilikan akan menjadi salah satu pemicu manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan, karena adanya suatu keselarasan antara kepentingan individu sebagai investor dengan kepentingan perusahaan. Jika perusahaan memiliki nilai yang baik tentunya juga akan berdampak pada harga saham yang naik, sehingga investor juga akan senang.

Salah satu cara untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan image perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut Gray dkk. (1988). Berdasar uraian di atas dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H6: Kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Rasio Efisiensi Operasi dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Efisiensi dapat dilihat dengan berbagai cara, antara lain menggunakan perbandingan antara biaya operasi dengan penjualan. Biaya operasi adalah biaya yang digunakan untuk menunjang operasional, contohnya adalah biaya penjualan, biaya administrasi dan umum (biaya gaji, biaya telepon, biaya air dan listrik, biaya iklan dan lain-lain). Semakin efisien operasional suatu perusahaan berarti perusahaan tersebut telah melakukan penghematan biaya. Dengan berkurangnya biaya, maka dana yang tersedia akan semakin besar.

Titasari (2010) menjelaskan efisiensi memberikan keuntungan bagi perusahaan, karena dengan melakukan efisiensi, perusahaan akan memiliki dana yang bisa dimanfaatkan untuk kegiatan sosialnya. Rasio efisiensi yang tinggi menunjukkan bahwa biaya operasi yang

digunakan tinggi. Tingginya biaya operasi mengindikasikan bahwa perusahaan belum melakukan upaya efisiensi dalam kegiatan operasinya. Dengan demikian perusahaan akan kekurangan dana untuk melakukan tanggung jawab sosial. Sedangkan rasio efisiensi yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan telah melakukan efisiensi. Oleh karena itu hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H7: Rasio Efisiensi operasi berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

METODE PENELITIAN

Pada bagian ini diuraikan mengenai populasi dan sampel, data dan sumber data, pengukuran variabel dan metode analisis data.

Populasi dan sampel

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pemilihan perusahaan manufaktur sebagai obyek penelitian dikarenakan perusahaan manufaktur cenderung memiliki dampak lingkungan/sosial yang lebih besar dibanding perusahaan jasa dan perdagangan. Penelitian ini akan menggunakan periode analisis tahun 2008 dan 2009. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut: 1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2009. 2) Perusahaan manufaktur tersebut mengeluarkan laporan tahunan lengkap termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan untuk tahun 2008-2009. 3) Perusahaan memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel yang digunakan dalam penelitian.

Proses pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian dijelaskan pada Tabel 1.

Data dan Sumber Data

Data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder. Data penelitian berupa data tentang tanggung jawab sosial perusahaan dan rasio keuangan serta data lain untuk menentukan variabel independen. Data tentang tanggung jawab sosial perusahaan didapat dari laporan tahunan perusahaan diperoleh melalui pojok Bursa Efek Indonesia dan didownload melalui internet (www.idx.co.id). Sedangkan data rasio keuangan dan data lain menyangkut variabel independen diperoleh melalui ICMD (*Indonesian Capital Market Directory*).

Pengukuran Variabel

Variabel yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen.

Variabel dependen

Variabel dependen dalam penelitian adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility*. Instrumen pengukuran *Corporate Social Responsibility (CSR)* mengacu pada instrumen yang digunakan Aldilla dan Dian (2009). Instrumen ini mengelompokkan informasi CSR ke dalam 7 kategori yakni: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Berdasarkan peraturan Bapepam No. VIII.G.2, ketujuh kategori tersebut kemudian terbagi dalam 63 hingga 78 pengungkapan.

Tabel 1: Proses Pemilihan Sampel

Keterangan	2008	2009	Total
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.	149	146	295
Jumlah laporan tahunan yang tidak menyediakan data CSR	(106)	(98)	(204)
Tidak mempunyai data kepemilikan manajemen	(24)	(30)	(54)
Sampel terpilih	21	18	39

Pendekatan untuk menghitung besarnya pengungkapan CSR adalah dengan *Corporate Social Responsibility Indexs (CSRI)* mengacu pada pendekatan yang digunakan oleh Haniffa dkk. (2005). Adapun rumus penghitungan CSRI adalah:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{nj}$$

Keterangan:

CSRI_j : Corporate Social Responsibility Disclosure Index perusahaan j

n_j : jumlah item untuk perusahaan j, n_j ≤ 78

X_{ij} : dummy variabel: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan, dengan demikian, 0 ≤ CSRI_j ≤ 1

Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari size perusahaan, profitabilitas, profile dan ukuran dewan komisaris. 1) Size perusahaan. Dalam penelitian ini, size perusahaan diukur berdasarkan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan, kemudian dari nilai total aktiva tersebut dihitung nilai log natural nya. 2) Profitabilitas. Profitabilitas diukur dengan *Net Profit Margin (NPM)*. Berikut rumus penghitungan *NPM*:

$$NPM = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total penjualan}}$$

3) Profile. Profile perusahaan digolongkan menjadi 2 yaitu perusahaan *High-Profile* dan *Low-Profile*. Penggolongan ini mengikuti penelitian Hackston dan Milne (1996) dan Sembiring (2005). Perusahaan yang termasuk *High-Profile* adalah yang bergerak di bidang perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi, dan pariwisata. Sedangkan yang termasuk *Low-Profile* adalah perusahaan yang bergerak di bidang bangunan, keuangan dan perbankan, supplier

peralatan medis, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga. Pengukuran profile perusahaan menggunakan dummy variabel. Perusahaan yang termasuk pada kategori *High-Profile* akan diberikan nilai 1, sedangkan perusahaan yang termasuk kategori *Low-profile* diberikan nilai 0. 4) Ukuran dewan komisaris. Ukuran dewan komisaris diukur dengan jumlah dewan komisaris yang dimiliki oleh suatu perusahaan. 5) Leverage. Leverage dalam penelitian ini diukur dengan rasio hutang terhadap modal atau *Debt to Equity Ratio (DER)* dengan rumus sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total modal}}$$

6) Kepemilikan manajemen. Kepemilikan manajemen diukur dengan prosentase saham yang dimiliki oleh para manajer perusahaan tersebut. 7) Rasio Efisiensi operasi. Rasio Efisiensi operasi dalam penelitian diukur dengan membandingkan antara biaya operasi dengan penjualan. Biaya operasi meliputi biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum. Rasio efisiensi yang tinggi menunjukkan bahwa biaya operasi yang digunakan tinggi. Tingginya biaya operasi mengindikasikan bahwa perusahaan belum melakukan upaya efisiensi dalam kegiatan operasinya. Sedangkan rasio efisiensi yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan telah melakukan efisiensi.

Metode Analisis Data

Untuk menguji hipotesis penelitian, digunakan persamaan regresi linier berganda dengan formula sebagai berikut:

$$CSRI_i = \alpha + \beta_1 SIZE_i + \beta_2 NPM_i + \beta_3 PRF_i + \beta_4 KMS_i + \beta_5 LEV_i + \beta_6 MAN_i + \beta_7 EF_i + e$$

Keterangan :

CSRI_i : Indeks Pengungkapan tanggung jawab sosial

- SIZE_i : Size perusahaan
- NPM_i : Profitabilitas perusahaan
- PRF_i : Profile Perusahaan
- KMS_i : Jumlah Dewan Komisaris
- LEV_i : Tingkat *Leverage*
- MAN_i : Prosentase Kepemilikan Manajemen
- EFI_i : Efisiensi operasi
- E : eror term

Pengujian terhadap hipotesis 1 sampai 7 didasarkan pada signifikansi dari β_1 sampai dengan β_5 . Arah atau tanda yang diprediksikan dari β_1 , β_2 , β_3 , β_4 , dan β_6 adalah positif, sedangkan β_5 dan β_7 diprediksi negatif.

HASIL ANALISIS DATA

Pada bagian ini diuraikan mengenai analisis data yang terdiri atas deskripsi data dari variabel-variabel penelitian, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Statistik Deskriptif

Tabel 2 menyajikan deskripsi data dari masing-masing variabel penelitian yang terdiri dari nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata dan standar deviasi. Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai variabel size terkecil adalah 10,63 dan nilai variabel size terbesar adalah 13,94. Nilai rata-rata variabel size dari 39 sampel adalah 11,9779 dengan standar deviasinya sebesar 0,71687.

Variabel profitabilitas (NPM) memiliki nilai terkecil sebesar -1,01 dan

nilai terbesar sebesar 2,13. Nilai rata-rata dari variabel profitabilitas adalah sebesar 0,0647 dengan standar deviasi sebesar 0,39196. Untuk variabel profile perusahaan, dikarenakan variabel ini menggunakan variabel dummy 0 dan 1, maka nilai terkecilnya adalah 0 sedangkan nilai terbesarnya adalah 1 dan memiliki rata-rata sebesar 0,5358 serta standar deviasi sebesar 0,50504.

Variabel dewan komisaris dan leverage masing-masing memiliki nilai terkecil sebesar 2,00 dan -1,90 kemudian nilai terbesarnya adalah 11,00 dan 6,07. Nilai rata-rata dari masing-masing adalah sebesar 4,1026 dan 1,3844 dengan standar deviasi sebesar 2,13732 dan 1,40093.

Variabel kepemilikan manajemen dan efisiensi operasi masing-masing memiliki nilai terkecil sebesar 0,01 dan 0,04 kemudian nilai terbesarnya adalah 26,80 dan 0,40. Nilai rata-rata dari masing-masing variabel adalah 0,1182 dan 0,2309 dengan setandar deviasi sebesar 7,16153 dan 0,7773.

CSRI sebagai variabel dependen memiliki nilai terkecil sebesar 0,12 dan nilai terbesarnya adalah 0,45. Variabel CSRI memiliki nilai rata-rata sebesar 0,2309 dan standar deviasinya adalah sebesar 0,7720. Hal ini mengindikasikan bahwa rata-rata tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI masih rendah, karena baru sebesar 23,09%.

Tabel 2: Deskripsi Data

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SIZE	39	10.63	13.94	11.9779	.71687
NPM	39	-1.01	2.13	.0647	.39196
PRF	39	.00	1.00	.5385	.50504
KMS	39	2.00	11.00	4.1026	2.13732
LEV	39	-1.90	6.07	1.3844	1.40093
MAN	39	.01	26.80	4.0987	7.16153
EFI	39	.04	.40	.1182	.07773
CSRI	39	.12	.45	.2309	.07720
Valid N (listwise)	39				

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi uji Normalitas, uji Multikolinieritas, uji Heteroskedastisitas, dan uji Autokorelasi.

Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan *normal probably plot of standardized residual*. Berdasarkan gambar *normal probably plot of standardized residual* dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penyebaran data mendekati normal atau memenuhi asumsi normalitas.

Uji multikolinieritas

Berdasarkan hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa semua nilai tolerance lebih dari 0,1(>0,1), sedangkan semua nilai VIF kurang dari 10 (<10). Oleh karena itu semua variabel independen yang digunakan pada penelitian ini tidak mengandung multikolinieritas.

Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini

diukur dengan metode plot. Berdasarkan gambar scatterplot menunjukkan adanya titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah sumbu Y, serta tidak membentuk pola, sehingga model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Pengujian autokorelasi menggunakan Durbin Watson. Berdasarkan analisis regresi diketahui nilai Durbin Watson sebesar 1,066 yang berada di antara -2 sampai +2. Artinya model regresi tidak ada autokorelasi.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai *adjusted R²* pada model regresi sebesar 0,563. Hal ini mengindikasikan bahwa 56,3 % variasi variabel CSRI dipengaruhi oleh perubahan variabel-variabel independen yang dimasukkan dalam model yaitu variabel SIZE, NPM, PRF, KMS, LEV, MAN dan EFI. Besarnya nilai F-statistik adalah 7,998 dengan signifikansi F sebesar 0,000. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini lolos uji kebaikan model.

Adapun hasil pengujian hipotesis yang merupakan ringkasan dari analisis regresi disajikan pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3: Hasil Pengujian Hipotesis

Model :

$$CSRI = \alpha + \beta_1 SIZE_i + \beta_2 NPM_i + \beta_3 PRF_i + \beta_4 KMS_i + \beta_5 LEV_i + \beta_6 MAN_i + \beta_7 EFI_i + e$$

Variabel	Koefisien	T statistik	Sig-t	Prediksi Arah	Kesimpulan
Constant	-0,635	-3,153	0,004	?	
SIZE	0,066	-3,153	0,000*	+	H1 didukung
NPM	-0,022	3,897	0,370	+	H2 tidak didukung
PRF	0,052	-0,910	0,013*	+	H3 didukung
KMS	0,010	2,630	0,052*	+	H4 didukung
LEV	-0,011	2,024	0,073*	-	H5 didukung
MAN	0,000	-1,857	0,736	+	H6 tidak didukung
EFI	0,181	0,340	0,155	-	H7 tidak didukung

*signifikan pada p < 0,05 (uji satu arah).

Berdasarkan pada tabel di atas maka persamaan regresi berganda disajikan sebagai berikut:

$$CSRI = -0,635 + 0,066SIZE - 0,022NPM + 0,052PRF + 0,010KMS - 0,011LEV + 0,000MAN + 0,181EFI + e$$

Adapun pembahasan hasil pengujian hipotesis diuraikan sebagai berikut:

Size perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Hipotesis alternatif 1 (H_1) yang diajukan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan tabel 3 di atas, variabel *size* perusahaan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan nilai koefisiensi sebesar 0,066. Hal ini berarti bahwa *size* perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian H_1 didukung data.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Dwiwanda (2009) dan Titasari (2010) yang juga berhasil menemukan hubungan positif *size* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Bukti bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh ukuran perusahaan umumnya berkaitan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas (Sembiring, 2005).

Dalam penelitian ini *size* perusahaan diprosikan dengan log total asset, karena asset merupakan simbol mengenai kekayaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar total asset yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka kemampuan perusahaan untuk menghasilkan atau menyediakan dana untuk melakukan suatu kegiatan akan semakin besar, ter-

masuk untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pada umumnya, perusahaan-perusahaan besar mendapatkan sorotan lebih besar dari berbagai pihak termasuk stakeholder dan masyarakat mengenai aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu dengan melakukan tanggung jawab sosial, perusahaan dapat menunjukkan bahwa mereka juga peduli terhadap aspek-aspek lain yang ada di sekitar perusahaan, sekaligus sebagai jawaban atas berbagai sorotan yang muncul dari berbagai pihak.

Profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Hipotesis alternatif 2 (H_2) yang diajukan pada penelitian ini adalah profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan tabel 3 di atas, variabel profitabilitas memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,370 dan nilai koefisiensi sebesar -0,022. Hal ini berarti bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian H_2 tidak didukung data penelitian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Cowen dkk. (1987), Patten (1991), Hackson dan Milne (1996), Sembiring (2005), Anggraini (2006) dan Irianto (2009) yang juga tidak berhasil menemukan pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Tidak ditemukannya pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam penelitian ini kemungkinan disebabkan karena pengungkapan tanggung jawab sosial bersifat sukarela. Oleh karena itu besar/luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan lebih terkait dengan komitmen masing-masing perusahaan mengenai hal tersebut. Jika perusahaan memiliki komitmen yang tinggi terhadap tanggung jawab sosial dan per-

usaha mengangap bahwa tanggung jawab sosial sangat penting dilakukan untuk meningkatkan image perusahaan, maka berapapun laba yang diperoleh perusahaan, kemungkinan tidak akan menurunkan atau meningkatkan tanggung jawab sosial yang dilakukan.

Profile perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Hipotesis alternatif 3 (H3) yang diajukan pada penelitian ini adalah profile perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan tabel 3 di atas, variabel profile memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,013 dan nilai koefisiensi sebesar 0,052. Hal ini berarti bahwa profile perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian H3 didukung data penelitian.

Hasil penelitian ini konsisten dengan yang dilakukan oleh Hackson dan Milne (1996), Utomo (2000), Henny dan Murtanto (2001), Hasibuan (2001), Sembiring (2005), Anggraini (2006), Irianto (2009), Pratiwi (2009), Ulfa (2009) dan Titasari (2010). Hasil ini mengindikasikan bahwa perusahaan *high-profile* akan mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak daripada perusahaan *low-profile*. Hal ini kemungkinan disebabkan karena adanya pengawasan dari pemerintah, visibilitas konsumen, risiko politis yang tinggi serta menghadapi persaingan yang tinggi (Anggraini, 2006)

Perusahaan yang termasuk dalam kategori *high-profile* merupakan perusahaan yang dalam kegiatan operasinya memiliki dampak yang tinggi terhadap lingkungan, sedangkan perusahaan *low profile* adalah sebaliknya. Perusahaan yang termasuk dalam kategori *high-profile* akan melakukan tanggung jawab sosial lebih banyak dibanding perusahaan *low-profile* sebagai suatu bentuk timbal balik atas kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

Ukuran dewan komisaris dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Hipotesis alternatif 4 (H4) yang diajukan pada penelitian ini adalah ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan tabel 3 di atas, variabel ukuran dewan komisaris memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,052 dan nilai koefisiensi sebesar 0,010. Hal ini berarti bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian Ha didukung data penelitian.

Hasil penelitian ini konsisten dengan yang dilakukan oleh Collier dan Gregory (1999), Sembiring (2005), Dwiwanda (2009) dan Mutrovina (2009) yang juga berhasil menemukan hubungan antara ukuran dewan komisaris dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian tertinggi dari suatu perusahaan sehingga adanya jumlah dewan komisaris yang besar dalam perusahaan tersebut, maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan tersebut juga akan semakin besar (Dwiwanda, 2009).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar-kecilnya jumlah dewan komisaris yang dimiliki oleh suatu perusahaan akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin banyak jumlah dewan komisaris yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka pengawasan dan tekanan terhadap manajer dalam menjalankan aktivitas perusahaan akan semakin besar, sehingga manajer akan terpacu untuk bekerja semaksimal mungkin untuk meningkatkan nilai perusahaan, termasuk untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung teori agensi dan sesuai dengan pendapat Collier dan Gregory (1999) yang menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris,

maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif.

Leverage dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Hipotesis alternatif 5 (H5) yang diajukan pada penelitian ini adalah leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan tabel 3 di atas, variabel leverage memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,073 dan nilai koefisiensi sebesar -0,011. Hal ini berarti bahwa leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian H5 didukung data penelitian.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwiwanda (2009) dan Titasari (2010). Hasil ini mengindikasikan semakin tinggi rasio leverage yang dimiliki oleh perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial akan semakin rendah, dan sebaliknya. Rasio leverage yang tinggi menunjukkan bahwa hutang yang dimiliki oleh suatu perusahaan juga tinggi. Semakin tinggi hutang yang dimiliki, perusahaan juga akan menanggung beban bunga dan angsuran pokok yang tinggi pula, sehingga perusahaan akan membutuhkan dana yang lebih besar untuk dapat melunasi hutangnya. Oleh karena itu, perusahaan yang mempunyai leverage yang tinggi cenderung akan mengurangi biaya-biaya yang dikeluarkan, termasuk mengurangi biaya untuk melakukan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kepemilikan manajemen dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Hipotesis alternatif 6 (H6) yang diajukan dalam penelitian ini adalah kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan tabel 3 di atas, variabel kepemilikan manajemen

memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,736 dan nilai koefisiensi sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian H6 tidak didukung data penelitian.

Hasil penelitian ini konsisten dengan yang dilakukan oleh Dwiwanda (2009) yang juga tidak berhasil menemukan hubungan antara kepemilikan manajemen dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa kepemilikan manajemen bukan merupakan faktor yang mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini kemungkinan disebabkan karena tanggung jawab sosial lebih berkaitan dengan komitmen perusahaan, termasuk komitmen para manajer yang ada di dalam perusahaan tersebut. Artinya jika perusahaan memiliki komitmen yang tinggi terhadap tanggung jawab sosial dan menganggap bahwa hal tersebut merupakan sesuatu yang penting untuk meningkatkan nilai perusahaan, maka perusahaan akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, meskipun perusahaan tersebut sahamnya dimiliki atau tidak dimiliki oleh para manajernya.

Rasio efisiensi operasi dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Hipotesis alternatif 7 (H7) yang diajukan adalah rasio efisiensi operasi berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan tabel 3 di atas, variabel rasio efisiensi operasi memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,155 dan nilai koefisiensi sebesar 0,181. Hal ini berarti bahwa rasio efisiensi operasi tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian H7 tidak didukung data penelitian.

Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Titasari (2010) yang berhasil menemukan pengaruh

rasio efisiensi terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa besar-kecilnya efisiensi operasi tidak berpengaruh terhadap besar/luasnya tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini kemungkinan disebabkan karena tanggung jawab sosial lebih berkaitan dengan komitmen perusahaan, artinya jika perusahaan memiliki komitmen yang tinggi terhadap tanggung jawab sosial dan menganggap bahwa hal tersebut merupakan sesuatu yang penting untuk meningkatkan nilai perusahaan, maka perusahaan akan tetap melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya, meskipun efisiensi perusahaan tinggi atau rendah.

PENUTUP

Pada bagian ini diuraikan mengenai simpulan, keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian berikutnya.

Simpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, penelitian ini menghasilkan temuan sebagai berikut: 1) Variabel *size* profile perusahaan, ukuran dewan komisaris, seperti yang diprediksikan secara statistik berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. 2) Variabel *leverage*, seperti yang diprediksikan secara statistik berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. 3) Ketiga variabel lain yaitu profitabilitas, kepemilikan manajemen dan rasio efisiensi operasi secara statistik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai keterbatasan-keterbatasan yang diharapkan dapat diperbaiki oleh peneliti berikutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik. Berikut adalah beberapa keterbatasan pada penelitian ini: 1) Periode penelitian yang dilakukan hanya dua tahun, sehingga jumlah sampel penelitian hanya 51 perusahaan sehingga kemungkinan dapat menyebabkan tingkat generalisasi hasil penelitian rendah. 2) Obyek penelitian yang digunakan dalam penelitian hanya perusahaan manufaktur, sehingga tidak mampu memberikan gambaran yang lebih luas mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara keseluruhan. 3) Pada penelitian ini hanya menggunakan 7 variabel independen, yaitu *size*, profitabilitas, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, *leverage*, kepemilikan manajemen, efisiensi operasi. Sementara kemungkinan ada variabel lain selain ketujuh variabel tersebut yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Saran Untuk Penelitian Berikutnya

Berikut ini adalah saran yang dapat dijadikan acuan untuk memperbaiki penelitian berikutnya: 1) Hendaknya periode penelitian yang akan digunakan lebih dari 2 tahun, karena dengan melakukan penelitian dalam periode yang lebih panjang kemungkinan akan dihasilkan sampel yang lebih banyak, sehingga akan meningkatkan generalisasi hasil penelitian. 2) Peneliti berikutnya diharapkan melakukan penelitian pada perusahaan di semua sektor industri sehingga dapat diketahui besarnya pengungkapan pada seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI maupun pada masing-masing industri. 3) Peneliti berikutnya dapat menambah variabel yang digunakan dalam penelitian, misalnya variabel likuiditas dan perputaran persediaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr. R. R. (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)*. Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang: IAI.
- Beasley, M.S. (2001). "Relationships Between Board Characteristics and Voluntary Improvement in Audit Committee Composition and Experience". *Contemporary Accounting Research*, Winter, 18 (4), 545-570.
- Belkaoui, A. dan Karpik, P.G. (1989). "Determinants of The Corporate Decision to Disclose Social Information". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 2, 36-51.
- Coller, P. dan Gregory, A. (1999). "Audit Committee Activity and Agency Costs". *Journal of Accounting and Public Policy*, 18 (4/5), 311-332.
- Cowen, S.S., Ferreri, L.B. dan Parker, L.D. (1987). "The Impact of Corporate Characteristic on Social Responsibility Disclosure: A Typology and Frequency-Based Analysis". *Accounting, Organizations and Society*, 12 (2), 11-22.
- Dwiwanda, M. A. (2009). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur & Jasa di Bursa Efek Indonesia*". Skripsi S-1, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia (Tidak dipublikasikan), Yogyakarta.
- Gray, R., Owen, D. dan Maunders, K. (1988). "Corporate Social Reporting: Emerging Trends in Accountability and Social Contract". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 1 (1), 6-20.
- Gray, R., Kouhy R. dan Lavers, S. (1995). "Methodological Themes: Constructing A Research Database of Social and Environmental Reporting By UK Companies". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 8, 79-101.
- Hackston, D. dan Milne, M.J. (1996). "Some Determinant of Social and Environment Disclosure In New Zeland Companies". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 9, 77-108.
- Haniffa, R.M. dan Cooke, T.E. (2005). "The Impacct of Culture and Governance on Corporate Social Reporting". *Journal of Accounting and Public Policy*, 24, 391-430.
- Henny dan Murtanto. (2001). "Analisis Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan". *Media Riset, Auditing dan Informasi*, 1 (2), 21-48.
- Hasibuan, R. (2001). "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial" Tesis, Universitas Diponegoro. Semarang.
- <http://www.idx.co.id>
- Irianto, A. (2009). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2005-2007*. Skripsi S-1, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia (Tidak dipublikasikan), Yogyakarta.
- Junaidi. (2006). "Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Instiusional Terhadap Kebijakan Utang Perusahaan: Sebuah Perspektif Agency Theory dengan Variabel kontrol Dividend Payout Ratio,

- Ukuran Perusahaan, Asset Structure dan Resiko Bisnis (Studi Pada Perusahaan yang Go Publik Di BEJ)”. *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Akuntansi*, September, 3 (2), 214-228.
- Marwata. (2001). *Hubungan antara Karakteristik Perusahaan dan Kualitas Ungkapan Sukarela Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Publik di Indonesia*”. Simposium Nasional Akuntansi IV, 155-172.
- Mutrovina, R. (2009). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris Pada perusahaan Jasa yang Terdaftar di BEI Tahun 2006-2007)*”. Skripsi S-1, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia (Tidak dipublikasikan), Yogyakarta.
- Patten, D.M. (1992). "Intra-Industry Environmental Disclosures in Response to The Alaskan Oil Spill: A Note on Legitimacy Theory". *Accounting, Organizations and Societ*, 17, 471-475.
- Pratiwi, C. (2009). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris dan Leverage Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan Pada Laporan Keuangan Tahunan*. Skripsi S-1, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia (Tidak dipublikasikan), Yogyakarta.
- Pratiwi, T. (2010). *Pengaruh Efisiensi Operasi, Tipe Industri, Laba, Perputaran Persediaan, Ukuran perusahaan dan Perputaran Total Aktifa Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan*. Skripsi S-1, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia (Tidak dipublikasikan), Yogyakarta
- Rosmanita, H. (2007). *Faktor- faktor yang mempengaruhi pengungkapan sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta*. Skripsi S-1, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia (Tidak dipublikasikan), Yogyakarta.
- Rusdian, H. (2008). *Pengaruh Pengungkapan Informasi Lingkungan Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur di Indonesia*. Skripsi S-1, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia (Tidak dipublikasikan), Yogyakarta.
- Sabeni, A. (2002). An Empirical Analysis of The Relation Between The Board of Director's Composition A The Level of Voluntary Disclosure. *Proceedings For Fifth Indonesian Conference on Accounting*, 5, 45-57.
- Sembiring, E. R. (2005). *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi VIII, Surakarta: IAI.
- Suhardjanto, D. dan Miranti, L. (2009). "Penerapan Indonesian Environmental Reporting Index dan Hubungannya dengan Karakteristik Perusahaan". *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, Juni, 13 (1), 63-73.
- Titasari, V. (2010). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Study Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2007-2008)*. Skripsi S-1, Jurusan Akuntansi,

- Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia (Tidak dipublikasikan), Yogyakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40. Tahun 2007. Tentang Perseroan Terbatas
- Ulfa, M. 2009. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (Study Empiris Perusahaan Manufaktur Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Skripsi S-1, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia (Tidak dipublikasikan), Yogyakarta.
- Utomo. (2000). "Praktek Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan perusahaan di Indonesia". *Proceedings Simposium Nasional AKuntansi III*, 99-122.