

SKRIPSI

PENGARUH PENGUNGKAPAN PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL PERUSAHAAN TERHADAP *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* DAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN

ANDI BASO MUQSITH TENRY P.



JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2014

SKRIPSI

PENGARUH PENGUNGKAPAN PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL PERUSAHAAN TERHADAP *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* DAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN

sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

Disusun dan diajukan oleh

**ANDI BASO MUQSITH TENRY P.
A311008890**



kepada

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2014**

SKRIPSI

PENGARUH PENGUNGKAPAN PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL PERUSAHAAN TERHADAP *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* DAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN

disusun dan diajukan oleh

**ANDI BASO MUQSITH TENRY P
A31108890**

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 7 Agustus 2014

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Darwis Said, SE, M.SA, Ak.
NIP 19660822 199403 1 009

Dra. Hj. Nurleni, M.Si, Ak
NIP 19590818 198702 2 001

Ketua Jurusan Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin

Dr. Hj. Mediaty, SE., M.Si, AK., CA
NIP. 19650925 1990022 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

nama : **Andi Baso Muqsith Tenry Pamaory**
NIM : A31108890
jurusan/program studi : Akuntansi/Strata1 (S1)

dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul

PENGARUH PENGUNGKAPAN PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL PERUSAHAAN TERHADAP *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* DAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 tahun 2003 , pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 21 September 2014

Yang membuat pernyataan,

Andi Baso Muqsith Tenry P

PRAKATA

Dengan Rahmat Allah SWT disertai ucapan syukur Alhamdulillah kami panjatkan kehadiran Allah SWT yang melimpahkan karunia dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi sebagai syarat untuk mencapai derajat Strata Satu (S-1) dan memperoleh Gelar Sarjana di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada Universitas Hasanuddin Makassar, dengan judul :

PENGARUH PENGUNGKAPAN PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL PERUSAHAAN TERHADAP *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* DAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN

Mulai dari proses persiapan sampai dengan penyelesaian penyusunan skripsi ini, dengan segala ketulusan peneliti sepenuhnya menyadari bahwa tanpa usaha keras dan bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karenanya pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati peneliti menyampaikan rasa terimakasih yang tak terhingga kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

1. Bapak Dekan dan Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.
2. Ibu Dr. Hj. Mediaty, SE., M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.
3. Bapak Dr. Darwis Said, SE M,SA, Ak , selaku Pembimbing I dan Ibu Dra. Nurleni, M.Si, Ak selaku Pembimbing II, yang telah membimbing peneliti sampai selesainya skripsi ini.
4. Bapak Dr. Alimuddin, SE., M.M, Ak., CA. , Bapak Drs. H. Muallimin, M.Si,Ak., CA , Ibu Dra. Hj. Sri Sundari, M.Si., Ak., CA. selaku Penguji.

5. Seluruh dosen dan pegawai akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi.
6. Badan Pusat Statistik Makassar yang telah memberikan data kepada peneliti dalam rangka penyelesaian skripsi ini.
7. Keluarga tercinta Ayah Drs. A. Khaerul Umur, M.Si dan Ibu A. Bangka, S.sos yang telah memberikan doa, dorongan dan membantu peneliti selama penyusunan skripsi. saudaraku; Andi Noval Muhlif .
8. Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2008; Niswar, Setyadi, Faiz, Allu, Rivan, Ode, Ince, Afandi, Ayyal, Fira, Trio Fadly, Ilo, Pire, Yusuf, Andri, Odi, Fahmi, Abu dan seluruh teman yang belum sempat saya sebutkan yang telah memberikan bantuan dan dorongan bagi peneliti hingga selesainya studi ini.
9. Terkhusus buat Andi Nabilah Annisa Ryalisar , yang telah memberikan do'a, motivasi mulai dari persiapan sampai penyelesaian skripsi ini. Serta Seluruh pihak yang peneliti tidak dapat sebutkan satu persatu.

Akhir kata peneliti mengharapkan semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pembaca dan dapat menjadi tambahan khasanah ilmu pengetahuan. Amin.

Makassar, 21 September 2014

Peneliti

ABSTRAK

Pengaruh Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan terhadap *Good Corporate Governance* dan Profitabilitas Perusahaan.

Effect of Corporate Social Responsibility Disclosures of Good Corporate Governance and Corporate Profitability.

Andi Baso Muqsith Tenry P
Darwis Said
Nurleni

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dampak dari karakteristik tata kelola perusahaan (*good corporate governance*) tertentu pada tingkat tanggung jawab sosial perusahaan pengungkapan dalam laporan keberlanjutan (subtansial report). Pengungkapan Laporan Keberlanjutan dengan menggunakan indikator GRI (Global Reporting inisiatif), yang terdiri dari enam kategori: praktek-praktek ekonomi, lingkungan, tenaga kerja dan pekerjaan yang layak, hak asasi manusia, masyarakat dan produk tanggung jawab. Ciri-ciri tata kelola yang diterapkan dalam penelitian ini adalah ukuran Dewan Komisaris, jumlah rapat dewan komisaris, ukuran Komite Audit dan jumlah Rapat Komite Audit. Populasi penelitian ini terdaftar perusahaan di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pemilihan sampel ini menggunakan metode purposive sampling, bahwa perusahaan-perusahaan yang Laporan Keberlanjutan penerbitan. Berdasarkan metode purposive sampling, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 108 perusahaan dan menggunakan pooled data. Alat analisis untuk menguji hipotesis ini analisis regresi dengan menggunakan SPSS 17,0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan tidak berpengaruh signifikan untuk keberlanjutan pengungkapan. Penelitian ini menunjukkan variabel leverage, ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas yang memiliki efeksignifikan untuk pengungkapan CSR.

Kata Kunci: Subtansial Report, CSR, Tata kelola Perusahaan, GRI, komiteaudit, Leverage.

The aim of this research is to examines the effects of certain Good Corporate Governance characteristics on the extent of corporate social responsibility disclosure in sustainability report. Disclosure of sustainability report by using the GRI indicators (Global Reporting Initiatives), which consists of six categories: economic, environmental, labor practices and decent work, human rights, society and product responsibility. The characteristics of Corporate Governance that was applied in this research are size of the Board of Commissioners, number of Board Commisssioner meetings, Audit Committee size, and number of Audit Committee meetings. The population of this research are listed companies in Indonesian Stock Exchange (IDX). The selection of this sample using purposive sampling method, that are companies which publishing sustainability report. Based on purposive sampling method, total sample in this research are 108 companies and using pooled data method. The analysis tool to test the hypothesis is multiple regression analysis by using SPSS 17.0. Results of this research indicate that Corporate Governance had no significant effect to sustainability disclosure. This research indicates that leverage, size of the Board of Commissioners, Profitability variable had significant effect to sustainability disclosure.

Keywords: Sustainability Report, CSR, Good Corporate Governance, Audit Committee, Leverage.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	6
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Tinjauan Teori dan Konsep	8
2.1.1 Teori <i>Stakeholders</i>	8
2.1.2 Teori Legitimasi	14
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility</i>	18
2.1.4 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan	24
2.1.5 <i>Good Corporate Governance</i>	28
2.1.6 Pengungkapan CSR Pada Perusahaan dan Profitabilitasnya	33
2.1.7 <i>Global Reporting inisiatif</i> (GRI).....	34
2.1.8 Kerangka Penelitian.....	35
2.1.9 Hipotesis Penelitian	36
2.1.9.1 Hubungan Pengungkapan CSR Terhadap Ukuran Dewan Komisaris.....	36
2.1.9.2 Hubungan Pengungkapan CSR Terhadap JRDK Perusahaan.....	36
2.1.9.3 Hubungan Pengungkapan CSR Terhadap JKA Perusahaan	37
2.1.9.4 Hubungan Pengungkapan CSR Terhadap JRKA Perusahaan.....	38
2.1.9.5 Hubungan Pengungkapan CSR Terhadap Profitabilitas.....	38
2.1.9.6 Hubungan Pengungkapan CSR Terhadap Size.....	39
2.1.9.7 Hubungan Pengungkapan CSR Terhadap Leverage.....	40

BAB III	METODE PENELITIAN.....	41
3.1	Rancangan Penelitian	41
3.2	Lokasi Penelitian	44
3.3	Jenis dan Sumber Data	44
3.4	Teknik Pengumpulan Data	44
3.5	Populasi dan sampel	45
3.6	Analisis Data	46
3.6.1	Uji Normalitas	46
3.6.2	Uji Autokorelasi	47
3.6.3	Uji F (Uji Kesusaian Modern)	47
3.6.4	Uji Hipotesis.....	47
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1	Statistik Deskriptis	49
4.2	Hasil Uji Kualitas Data.....	49
4.3	Hasil Uji Normalitas.....	50
4.4	Uji Asumsi Autokorelasi.....	51
4.5	Uji Koefisien Regresi Secara Bersamaan	51
4.6	Hasil Uji Hipotesis	52
4.6.1	Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Jumlah Dewan Komisaris.....	53
4.6.2	Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Jumlah Rapat Dewan Komisaris.....	53
4.6.3	Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Jumlah Komite Audit	54
4.6.4	Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Jumlah Rapat Komite Audit.....	54
4.6.5	Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Profitabilitas Perusahaan	54
4.6.6	Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Ukuran Perusahaan	54
4.6.7	Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap <i>Leverage</i>	55
4.7	Pembahasan.....	55
4.7.1	Hubungan Pengungkapan CSR Terhadap GCG.....	55
4.7.2	Hubungan Variabel Kontrol Terhadap Luas Pengungkapan CSR dalam <i>Sustainability Report</i>	58
BAB V	PENUTUP.....	59
5.1	Kesimpulan	59
5.2	Keterbatasan.....	61
5.3	Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....		63
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	35

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
4.1	Deskripsi Pengungkapan CSR	48
4.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	49
4.3	Hasil Uji Normalitas	50
4.4	Hasil Uji Autokorelasi.....	51
4.5	Hasil Uji F	52
4.6	Coefficients	53

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini terjadi perdebatan mengenai tanggung jawab sebuah perusahaan yang dimulai ketika terjadinya skandal Enron dan perusahaan-perusahaan lainnya di Amerika Serikat. Dalam hal ini mengenai penyimpangan tingkah laku dan tidak wajar dari perusahaan yang memungkinkan timbulnya *fraud* dan berakhir dengan kebangkrutan perusahaan tersebut. Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah perusahaan saat ini mempunyai tanggung jawab sosial. Menanggapi perdebatan yang terjadi mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau yang dikenal di Indonesia dengan sebutan pertanggungjawaban sosial perusahaan, masyarakat semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap perusahaan. Perubahan tentang kesadaran ini menimbulkan pandangan baru bagi pemerintah dan kalangan *stakeholders* tentang pentingnya melaksanakan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Seiring hal tersebut, UU No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas mewajibkan perusahaan yang bidang usahanya sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Bukan hanya itu didalam UU No. 25 tahun 2007 juga tentang penanaman modal, Pasal 15(b) menyatakan bahwa "setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan". Peraturan yang lebih spesifik lagi tercantum didalam UU NO. 19 Tahun 2003 tentang BUMN yang kemudian undang-undang ini dijabarkan lebih lanjut pada Peraturan Menteri Negara BUMN No.4 Tahun 2007 yang mengatur mulai besaran dana hingga tata cara pertanggungjawaban sosial perusahaan. Dalam UU BUMN dinyatakan bahwa selain mencari keuntungan,

peran BUMN adalah juga memberikan bimbingan bantuan secara aktif kepada perusahaan golongan lemah, koperasi dan masyarakat. Selanjutnya Permen Negara BUMN menjelaskan bahwa sumber dana Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) berasal dari penyisihan laba bersih perusahaan sebesar 2% yang dapat digunakan untuk program PKBL. (Majalah Bisnis dan CSR, 2007)

Perusahaan menerapkan pertanggungjawaban sosial mereka dengan berbagai cara. Pertanggungjawaban sosial perusahaan dapat berbentuk yayasan, akan tetapi terpisah dari organisasi, sebagian besar perusahaan di Indonesia lebih memilih menjalankan pertanggungjawaban sosialnya melalui kerja sama mitra, seperti LSM, perguruan tinggi dan lembaga konsultan.

Dalam era modern ini, pertanggungjawaban sosial dapat dimanfaatkan untuk menambah pendapatan atau modal sebuah perusahaan, dalam hal ini biasanya perusahaan menerapkan program yang di sebut sosial *marketing* untuk kegiatan yang meningkatkan pendapatan dari perusahaan tersebut. Ada beberapa perusahaan yang menerapkan hal ini seperti PT. LG Indonesia yang menerapkan sosial *marketing* dimana keuntungan dari setiap pembelian atas produk tertentu mereka beberapa persen disisihkan untuk bantuan bencana alam yang terjadi di Indonesia. Lain halnya dengan PT. Sido Muncul yang memanfaatkan pertanggungjawaban sosial mereka untuk dijadikan iklan atas pemasaran produk mereka yang secara tidak langsung menarik perhatian konsumen untuk membeli produk tersebut.

Keuntungan penerapan pertanggungjawaban sosial perusahaan juga berdampak pada pajak perusahaan yang bergerak dalam bidang pertambangan atau yang bersinggungan dengan lingkungan. Pada UU Pajak Penghasilan Tahun 1994, yang memperbolehkan biaya pengelolaan limbah sebagai salah satu faktor pengurang penghasilan kena pajak. Sehingga perusahaan yang menghasilkan

limbah akan mentaati peraturan tentang pengelolaan limbah, karena biaya yang dikeluarkan nantinya dapat dikurangkan dari penghasilan kena pajak, yang pada akhirnya dapat mengurangi besarnya pajak penghasilan yang harus ditanggung perusahaan.

Dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Kiroyan, 2006; dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Guthrie dan Parker, 1990; dalam Sayekti dan Wondabio, 2007).

Dalam usaha memperoleh legitimasi, perusahaan melakukan kegiatan sosial dan lingkungan yang memiliki implikasi akuntansi pada pelaporan dan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan melalui laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan yang dipublikasikan.

Pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan sendiri dapat digunakan perusahaan untuk membantu perusahaan dalam mengklaim atas tanggung jawab sosial mereka, memonitor kinerja mereka yang berhubungan dengan perubahan nilai sosial, mengkomunikasikan informasi yang dapat dipercaya dan merespon umpan balik dari *stakeholders*. Hal ini juga memperkuat dasar perusahaan dalam jangka waktu panjang dengan menyediakan informasi eksternal yang penting, mengembangkan relasi dengan komunitas pekerja dan pemasok serta konsumen, pengungkapan atas tanggung jawab sosial ini akan membentuk kepercayaan *stakeholders* dan hal ini akan menambah nilai bagi perusahaan. (Damayanti, 2011)

Praktik dan pengungkapan CSR jika dilakukan secara berkesinambungan oleh perusahaan akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan itu sendiri. Berdasarkan *csrnetwork.org* (2006), salah satu konsultan CSR terkemuka di Inggris (dikutip dari Said, et al., 2009), menyatakan bahwa keterlibatan perusahaan atas tanggung jawab sosialnya dapat meningkatkan akses modal, memperbaiki kinerja keuangan, mengurangi biaya operasi, meningkatkan citra dan reputasi, meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan, serta meningkatkan produktivitas dan kualitas.

Pada kenyataannya, pengungkapan perusahaan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan masih rendah. Pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial oleh perusahaan hanya dilihat sebagai kewajiban yang harus diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Pada saat ini, pelaporan atas akuntansi pertanggungjawaban sosial perusahaan masih bersifat *voluntary disclosure* (pengungkapan sukarela) sehingga perusahaan tidak wajib untuk melaporkan pengungkapan pertanggungjawaban sosial mereka.

Good Corporate Governance (GCG) merupakan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, manajer, kreditur, pemerintah, karyawan, dan *stakeholders* lainnya agar seimbang hak dan kewajibannya (publikasi FCGI). GCG bertujuan untuk mengatur perusahaan agar dapat menciptakan nilai tambah bagi semua *stakeholders*-nya. Perusahaan harus memperhatikan hal tersebut karena dalam operasionalnya perusahaan tidak hidup sendiri, melainkan bersama lingkungan sekitar. Oleh karena itu perusahaan harus menjaga lingkungannya agar secara timbal balik, baik perusahaan maupun masyarakat tidak ada yang dirugikan.

Terdapat empat komponen utama yang diperlukan dalam konsep GCG, yaitu *transparency*, *accountability*, *responsibility*, dan *fairness*. Keempat

komponen tersebut penting karena penerapan prinsip *Good Corporate Governance* secara konsisten terbukti dapat meningkatkan kualitas laporan keuangan dan juga mampu mengurangi aktivitas menyimpang seperti rekayasa isi laporan keuangan yang tidak menggambarkan nilai yang sebenarnya (Kaihatu, 2006). Selain itu, prinsip *responsibility* dalam penerapan GCG juga dapat mendorong pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan.

Berdasarkan pembahasan di atas, maka penulis mengambil judul penelitian ; “Pengaruh Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan Terhadap *Good Corporate Governance* dan Profitabilitas Perusahaan”.

Penelitian ini replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Nurkhin (2007) , mengenai “Corporate Governance dan Profitabilitas; Pengaruhnya terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di BEI)”. Perbedaannya dengan penulis adalah pada pengamatan penelitian yaitu skripsi ini meneliti hubungan antara pengaruh pengungkapan pertanggungjawaban sosial terhadap GCG dan profitabilitas selain itu penelitian ini menentukan bahwa pengungkapan pertanggungjawaban sosial seharusnya dibagi dua fungsi yaitu terdiri dari fungsi internal dan fungsi eksternal, sedangkan persamaannya pada obyek serta variabel yang diteliti yakni pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hal tersebut, maka masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut : “Apakah pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan dalam laporan tahunan berpengaruh terhadap *Good Corporate Governance* (GCG) dan profitabilitas?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan, dan menganalisis pengaruh pengungkapan CSR dalam laporan keuangan perusahaan pada *Good Corporate Governance* dan profitabilitas.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu akuntansi, yaitu menjadi literatur bagi mahasiswa dalam mempelajari pengaruh CSR terhadap kinerja saham suatu perusahaan.

1.4.2 Kegunaan praktis

Memberikan kontribusi praktik penyajian CSR perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam BEI, perusahaan harus mengungkapkan laporan CSR untuk meningkatkan kinerja saham perusahaan dalam pasar modal.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori dan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data dan interpretasi hasil penelitian

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas kesimpulan, saran, dan keterbatasan penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori Dan Konsep

2.1.1 Teori *Stakeholders*

Pemangku kepentingan adalah terjemahan dari kata stakeholder dapat diartikan sebagai segenap pihak yang terkait dengan isu dan permasalahan yang sedang diangkat. Misalnya bilamana isu perikanan, maka stakeholder dalam hal ini adalah pihak-pihak yang terkait dengan isu perikanan, seperti nelayan, masyarakat pesisir, pemilik kapal, anak buah kapal, pedagang ikan, pengolah ikan, pembudidaya ikan, pemerintah, pihak swasta di bidang perikanan, dan sebagainya. Stakeholder dalam hal ini dapat juga dinamakan pemangku kepentingan.

Istilah stakeholder sudah sangat populer. Kata ini telah dipakai oleh banyak pihak dan hubungannya dengan berbagai ilmu atau konteks, misalnya manajemen bisnis, ilmu komunikasi, pengelolaan sumberdaya alam, sosiologi, dan lain-lain. Lembaga-lembaga publik telah menggunakan istilah stakeholder ini secara luas ke dalam proses-proses pengambilan dan implementasi keputusan. Secara sederhana, stakeholder sering dinyatakan sebagai para pihak, lintas pelaku, atau pihak-pihak yang terkait dengan suatu isu atau suatu rencana. Dalam buku *Cultivating Peace: Conflict and Collaboration in Natural Resources Management*, Ramirez mengidentifikasi berbagai pendapat mengenai stakeholder ini. Beberapa definisi yang penting dikemukakan seperti Freeman (1984) yang mendefinisikan stakeholder sebagai kelompok atau individu yang dapat memengaruhi dan atau dipengaruhi oleh suatu pencapaian tujuan tertentu. Sedangkan Biset (1998) secara singkat mendefinisikan stakeholder

merupakan orang dengan suatu kepentingan atau perhatian pada permasalahan. Stakeholder ini sering diidentifikasi dengan suatu dasar tertentu sebagaimana dikemukakan Freeman (1984), yaitu dari segi kekuatan dan kepentingan relatif stakeholder terhadap isu, Grimble and Wellard (1996), dari segi posisi penting dan pengaruh yang dimiliki mereka.

Pandangan-pandangan di atas menunjukkan bahwa pengenalan stakeholder tidak sekedar menjawab pertanyaan siapa stakeholder suatu isu tapi juga sifat hubungan stakeholder dengan isu, sikap, pandangan, dan pengaruh stakeholder itu. Aspek-aspek ini sangat penting dianalisis untuk mengenal stakeholder.

Berdasarkan kekuatan, posisi penting, dan pengaruh stakeholder terhadap suatu isu stakeholder dapat dikategorikan kedalam beberapa kelompok, *the British Overseas Development Administration (ODA)* (1995) mengelompokkan stakeholder kedalam yaitu stakeholder primer, sekunder dan stakeholder kunci. Sebagai gambaran pengelompokan tersebut pada berbagai kebijakan, program, dan proyek pemerintah (publik) dapat dikemukakan kelompok stakeholder seperti berikut :

1. Stakeholder Utama (primer)

Stakeholder utama merupakan stakeholder yang memiliki kaitan kepentingan secara langsung dengan suatu kebijakan, program, dan proyek. Mereka harus ditempatkan sebagai penentu utama dalam proses pengambilan keputusan.

- a. Masyarakat dan tokoh masyarakat : Masyarakat yang terkait dengan proyek, yakni masyarakat yang diidentifikasi akan memperoleh

manfaat dan yang akan terkena dampak (kehilangan tanah dan kemungkinan kehilangan mata pencaharian) dari proyek ini. Tokoh masyarakat : Anggota masyarakat yang oleh masyarakat ditokohkan di wilayah itu sekaligus dianggap dapat mewakili aspirasi masyarakat.

- b. Pihak Manajer publik : lembaga/badan publik yang bertanggung jawab dalam pengambilan dan implementasi suatu keputusan.

2. Stakeholder Pendukung (sekunder)

Stakeholder pendukung (sekunder) adalah stakeholder yang tidak memiliki kaitan kepentingan secara langsung terhadap suatu kebijakan, program, dan proyek, tetapi memiliki kepedulian (*concern*) dan keprihatinan sehingga mereka turut bersuara dan berpengaruh terhadap sikap masyarakat dan keputusan legal pemerintah.

- a. Lembaga(Aparat) pemerintah dalam suatu wilayah tetapi tidak memiliki tanggung jawab langsung.
- b. Lembaga pemerintah yang terkait dengan isu tetapi tidak memiliki kewenangan secara langsung dalam pengambilan keputusan.
- c. Lembaga swadaya Masyarakat (LSM) setempat : LSM yang bergerak di bidang yang bersesuaian dengan rencana, manfaat, dampak yang muncul yang memiliki "concern" (termasuk organisasi massa yang terkait).
- d. Perguruan Tinggi: Kelompok akademisi ini memiliki pengaruh penting dalam pengambilan keputusan pemerintah.

- e. Pengusaha (Badan usaha) yang terkait.

3. Stakeholder Kunci

Stakeholder kunci merupakan stakeholder yang memiliki kewenangan secara legal dalam hal pengambilan keputusan. Stakeholder kunci yang dimaksud adalah unsur eksekutif sesuai levelnya, legislatif, dan instansi. Misalnya, stakeholder kunci untuk suatu keputusan untuk suatu proyek level daerah kabupaten.

- a. Pemerintah Kabupaten
- b. DPR Kabupaten
- c. Dinas yang membawahi langsung proyek yang bersangkutan.

Definisi *stakeholders* menurut Freeman (1984) merupakan individu atau kelompok yang bisa mempengaruhi dan/ atau dipengaruhi oleh organisasi sebagai dampak dari aktivitas-aktivitasnya. Sedangkan Chariri dan Ghazali (2007, h.32) mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholders*-nya (*shareholders*, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Sedangkan Rudito (2004) mengemukakan bahwa perusahaan dianggap sebagai *stakeholders*, jika mempunyai tiga atribut, yaitu: kekuasaan, legitimasi dan kepentingan.

Mengacu pada pengertian *stakeholders* diatas, maka dapat ditarik suatu penjelasan bahwa dalam suatu aktivitas perusahaan dipengaruhi oleh faktor-faktor dari luar dan dari dalam, yang kesemuanya dapat disebut sebagai *stakeholders*. Kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan *stakeholders* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerful stakeholders*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholders*-nya (Chariri dan Ghazali, 2007).

Menurut Utama (2010), bahwa tanggung sosial jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholders* yang terkait dan/atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Dalam menetapkan dan menjalankan strategi bisnisnya, perusahaan yang menjalankan CSR akan memperhatikan dampaknya terhadap kondisi sosial dan lingkungan, dan berupaya agar memberikan dampak positif.

Utama (2010) menyatakan bahwa pemerintah beserta segenap jajarannya perlu memahami konteks CSR, karena ada keterpaduan dengan program pemerintah. Bukan tidak mungkin bila pemahaman terhadap konsep ini tidak sejajar, maka kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah tidak akan pernah sejalan dengan kebijakan dunia usaha.

Perlunya pemerintah duduk bersama dengan pelaku usaha, untuk mengkomunikasikan apa yang dibutuhkan masyarakat secara bersama, memberikan gambaran rencana kerja pemerintah yang terkait dengan kepentingan publik. Dengan demikian ada komunikasi dua arah, sehingga kemungkinan adanya kerjasama antara pemerintah dengan perusahaan menjadi terbuka semakin lebar, sehingga tidak terjadi *overlapping* program antara pemerintah dan perusahaan.

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970-an, yang secara umum dikenal dengan *stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Wibisono dalam Kirana (2009) mengartikan *Stakeholder* sebagai pemangku kepentingan yaitu pihak atau kelompok yang berkepentingan, baik langsung maupun tidak langsung, terhadap eksistensi atau aktivitas perusahaan,

dan karenanya kelompok tersebut mempengaruhi dan atau dipengaruhi oleh perusahaan. Definisi lain oleh Rhenald dalam Kirana (2009), yang menyatakan bahwa yang dimaksud para pihak adalah setiap kelompok yang berada di dalam maupun di luar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan. Rhenald Kasali membagi *stakeholders* menjadi sebagai berikut:

a. *Stakeholders internal dan stakeholders eksternal.*

Stakeholders internal adalah *stakeholders* yang berada di dalam lingkungan organisasi. Misalnya karyawan, manajer, dan pemegang saham, sedangkan *stakeholders* eksternal adalah *stakeholders* yang berada di luar lingkungan organisasi seperti penyalur atau pemasok, konsumen atau pelanggan, masyarakat, pemerintah, pers, dan sebagainya;

b. *Stakeholders primer, stakeholders sekunder dan stakeholders marjinal.*

Dalam hal ini *stakeholders* yang paling penting disebut *stakeholders* primer dan *stakeholders* yang kurang penting disebut *stakeholders* sekunder, sedangkan yang biasa diabaikan disebut *stakeholders* marjinal;

c. *Stakeholders tradisional dan stakeholders masa depan.*

Karyawan dan konsumen dapat disebut sebagai *stakeholders* tradisional karena berhubungan dengan organisasi, sedangkan *stakeholders* masa depan adalah *stakeholders* pada masa yang akan datang diperkirakan akan memberikan pengaruhnya pada organisasi seperti mahasiswa, peneliti, dan konsumen potensial;

d. *Proponents, opponents, dan uncommitted* (pendukung, penentang, dan yang tidak peduli).

Di antara *stakeholders* ada kelompok yang memihak organisasi (*proponents*), yang menentang organisasi (*opponents*) dan yang tidak peduli (*uncommitted*); dan

- e. *Silent majority* dan *vocal minority* (pasif dan aktif).

Dilihat dari aktivitas *stakeholders* dalam melakukan komplain atau mendukung perusahaan, tentu ada yang menyatakan penentangan atau dukungannya secara *vokal* (aktif) namun ada pula yang menyatakan secara *silent* (pasif).

2.1.2 Teori Legitimasi

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengkonstruksikan strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi. 2011:87). Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*) (O'Donovan, 2011)

Sejalan dengan karakternya yang berdekatan dengan ruang dan waktu, legitimasi mengalami pergeseran bersamaan dengan perubahan dan perkembangan lingkungan dan masyarakat dimana perusahaan berada (Dowling 1975). Perubahan nilai dan norma sosial dalam masyarakat sebagai konsekuensi perkembangan peradaban manusia, juga menjadi motovator perubahan legitimasi perusahaan di samping juga dapat menjadi tekanan bagi legitimasi perusahaan (Lindblom, 1994).

Deegan (2002) menyatakan legitimasi sebagai : "...a system oriented erspective, the entity is assumed to influenced by, and in turn to have influence

upon, the society in which it operates .Corporate disclosure are considered to represent one important means by which management can influence external perceptions about organisation”.

Defenisi tersebut, mencoba menggeser secara tegasperspektif perusahaan kearah stakeholder orientation (*society*). Batasan tersebut mengisyaratkan, bahwa legitimasi perusahaan merupakan arah implikasi orientasi pertanggungjawaban perusaanyang lebih menitik beratkan pada stakeholder perspective (masyarakat dalam arti luas).

Gray et.al (1996) berpendapat bahwa legitimasi merupakan “.....a system-oriented view of organization and societypermits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organisations, the state, individuals and goup”. Definisi tersebut 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.

Lindblom (1994) dalam Achmad (2007) menyatakan bahwa suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimasi. Oleh karena itu, untuk menghadapi kegagalan kinerja perusahaan (seperti kecelakaan yang serius atau skandal keuangan organisasi mungkin:

- 1) Mencoba untuk mendidik *stakeholdemya* tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerjanya.
- 2) Mencoba untuk merubah persepsi *stakeholder* terhadap suatu kejadian (tetapi tidak merubah kinerja aktual organisasi).

- 3) Mengalihkan (memanipulasi) perhatian dari masalah yang menjadi perhatian (mengkonsentrasikan terhadap beberapa aktivitas positif yang tidak berhubungan dengan kegagalan - kegagalan).
- 4) Mencoba untuk merubah ekspektasi eksternal tentang kinerjanya.

Teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat. Teori tersebut dibutuhkan oleh institusi-institusi untuk mencapai tujuan agar kongruen dengan masyarakat luas. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggungjawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat. Pengertian teori legitimasi dapat dipahami dari pernyataan Lindblom (1994) dalam Sinaga (2011:15) sebagai berikut:

“.....a condition or status which exists when an entity's value system is congruent with the value system of the larger social system of which the entity is a part. When a disparity, actual or potential, exists between the two value systems, there is a threat to the entity's legitimacy”.

Menurut Suchman (1995), legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial. Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan. O'Donovan (2000) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan

darimasyarakat. Dengan demikian legitimasi memiliki manfaat untuk mendukung keberlangsungan hidup (*going concern*) suatu perusahaan (Febriyanti, 2010: 12).

Teori legitimasi dalam bentuk umum memberikan pandangan yang penting terhadap praktek pengungkapan sosial perusahaan. Kebanyakan inisiatif utama pengungkapan sosial perusahaan bias ditelusuri pada satu atau lebih strategi legitimasi yang disarankan oleh Lindblom. Sebagai misal, kecenderungan umum bagi pengungkapan sosial perusahaan untuk menekankan pada poin positif bagi perilaku organisasi dibandingkan dengan elemen yang negatif.

Salah satu tujuan pelaporan keuangan dalam SFAC No.1 adalah untuk pertanggungjawaban sosial dan lingkungan atas penggunaan sumber daya. Dilihat dari definisinya, pengungkapan sosial perusahaan sesuai dengan paling tidak salah satu dari strategi di atas sebagai implementasi dari strategi legitimasi yang harus melibatkan komunikasi (pengungkapan) dari organisasi. Organisasi dapat mengimplementasikan salah satu dari strategi tersebut atau kombinasi dari masing-masing strategi melalui pengungkapan laporan keuangan dengan berbagai media. Karenanya pengungkapan informasi perusahaan dapat dipandang sebagai suatu strategi untuk mengkomunikasikan aktivitas sosial yang dapat dipergunakan oleh organisasi untuk mempertahankan legitimasinya. Perusahaan akan menunjukkan bahwa perusahaan mampu memenuhi kontrak sosial dengan masyarakat di sekitarnya.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan tanggungjawab sosial dilakukan perusahaan dalam upayanya untuk mendapatkan legitimasi dari komunitas dimana perusahaan itu berada. Legitimasi ini pada tahapan berikutnya akan mengamankan perusahaan dari hal-hal yang tidak diinginkan. Lebih jauh

lagi legitimasi ini akan meningkatkan reputasi perusahaan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan tersebut (Harsanti, 2011: 9-10).

2.1.3 Corporate Social Responsibility

Konsep CSR merupakan konsep yang sulit diartikan. Hal inilah yang membuat definisi CSR sangatlah luas dan bervariasi. Pengertian CSR menurut Lord Holme dan Richard Watt: “CSR adalah komitmen berkelanjutan dari perusahaan yang berjalan secara etis dan memiliki kontribusi terhadap pembangunan untuk meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarga mereka, dan juga komunitas lokal serta masyarakat luas”

Pengertian CSR menurut Johnson dan Johnson menyatakan bahwa : “*CSR is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact to society*” . Definisi ini pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana mengelola perusahaan baik sebagian maupun keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungannya. Untuk itu perusahaan harus mampu mengelola operasi bisnisnya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Ghana dalam Elvinaro dan Dindin (2011:37) mendefinisikan CSR sebagai berikut “*CSR is about capacity building for sustainable livelihood. It respects cultural differences and finds the business opportunities in building the skill of employees, the community and the government*”. Definisi ini memberikan penjelasan secara lebih dalam bahwa sesungguhnya CSR membangun kapasitas yang kemungkinan berkelanjutan. CSR menghargai perbedaan budaya dan menemukan peluang-peluang bisnis dalam membangun keterampilan, komunitas dan pemerintah.

Pengertian CSR menurut Steiner dan Steiner (2009) dalam Andreas Lako (2011:212) “CSR adalah tanggungjawab dari suatu korporasi untuk menghasilkan

kekayaan dengan cara-cara yang tidak membahayakan, melindungi atau meningkatkan aset-aset sosial (*societal assets*). Sedangkan pengertian CSR menurut Anne dan James (2011:45) "*Corporate social responsibility is the idea that businesses interact with the organization's stakeholders for social good while they pursue economic goals*".

Sebuah definisi yang lebih luas oleh *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* yaitu suatu asosiasi global yang terdiri dari sekitar 200 perusahaan yang secara khusus bergerak dibidang "pembangunan berkelanjutan" (*sustainable development*) menyatakan bahwa "CSR adalah merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya".

Dalam Draft ISO 26000, 2007, *Guidance on Social Responsibility*, dalam Waryanto (2009) CSR didefinisikan sebagai tanggung jawab dari organisasi untuk dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan aktivitas di masyarakat dan lingkungan melalui transparansi dan perilaku etis yang konsisten dengan perkembangan berkelanjutan dan kesejahteraan dari masyarakat, pertimbangan harapan *stakeholders*, sesuai dengan ketentuan hukum yang bisa diterapkan dari norma-norma internasional yang konsisten dari perilaku dan terintegrasi sepanjang organisasi.

Definisi CSR menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* merupakan suatu komitmen bisnis yang berkelanjutan dari perusahaan dengan bertindak sesuai etika dan berkontribusi bagi pembangunan ekonomi untuk meningkatkan kualitas kehidupan karyawan, keluarga mereka, dan juga masyarakat sekitar dan masyarakat lainnya yang

lebih luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya. Sedangkan, menurut ISO 2600 mengenai pedoman tanggung jawab sosial, CSR adalah Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta integritas dengan organisasi secara menyeluruh. Perusahaan selain berorientasi terhadap laba, perusahaan juga bertanggungjawab terhadap masalah sosial yang ditimbulkan oleh aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan dengan manajemen lingkungan sehingga tidak hanya terbatas kepada orientasi kinerja keuangan perusahaan. Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan di mata para investor dan analisis keuangan. Dengan menjalankan Tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa keberterimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan.

Di sinilah letak pentingnya pengaturan CSR di Indonesia, agar memiliki daya atur, daya ikat dan daya dorong. CSR yang semulanya bersifat *voluntary* perlu ditingkatkan menjadi CSR yang lebih bersifat *mandatory*. Dengan demikian dapat diharapkan kontribusi dunia usaha yang terukur dan sistematis dalam ikut meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kebijakan yang pro-masyarakat dan lingkungan seperti ini sangat dibutuhkan ditengah arus neoliberalisme seperti sekarang ini. Sebaliknya disisi lain, masyarakat juga akan tidak bisa seenaknya

melakukan tuntutan kepada perusahaan. Apabila harapannya itu berada diluar batas aturan yang berlaku.

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

1. *Basic Responsibility* (BR)

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

2. *Organization Responsibility* (OR)

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

3. *Societal Responses* (SR)

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

Dari tiga pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa tanggungjawab perusahaan bukan hanya terhadap para pemegang saham perusahaan, akan tetapi juga meliputi stakeholder lainnya seperti; para pekerja, masyarakat sekitar dan juga lingkungan. Karena setiap dampak positif dan negative aktivitas perusahaan akan berpengaruh terhadap *stakeholder* dan lingkungannya.

Kegiatan CSR yang dilakukan saat ini juga sudah mulai beragam disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat berdasarkan *need assessment*. Mulai dari pembangunan fasilitas pendidikan dan kesehatan, program pencegahan penyakit melalui pendidikan kesehatan masyarakat, membangun fasilitas MCK untuk masyarakat sekitar, memberikan kesempatan bekerja secara produktif bagi penyandang cacat, pelatihan untuk penyandang cacat, pemberian bantuan pinjaman/modal bagi UKM, *social forestry*, pemberian beasiswa, bantuan sosial, penyuluhan dan pencegahan HIV/AIDS, penguatan kearifan lokal, pengembangan skema perlindungan sosial berbasis masyarakat, pengobatan gratis bagi masyarakat, dan sebagainya. CSR pada tataran ini tidak sekedar *do good to look good*, melainkan *pula to make good*, menciptakan kebaikan atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat. (Marlia, 2008)

Terdapat beberapa pendekatan dalam memandang pelaksanaan CSR, hal ini tidaklah mengherankan mengingat masih terjadi perbedaan sudut pandang dalam melihat CSR. Sebagaimana yang diilustrasikan oleh Griffin dan Ebert (2003 : 131), bahwa setidaknya ada empat sikap (pendirian) yang dapat diambil oleh suatu organisasi berkaitan dengan kewajiban kepada masyarakat, berkisaran dari tingkatan rendah sampai tertinggi dalam praktek-praktek CSR, sebagaimana yang dikemukakan : (1) sikap obstructif (*obstructionist stance*), (2) sikap defensif (*defensive stance*), (3) sikap akomodatif, dan (4) sikap pro aktif.

Harahap (2003 : 363), mengemukakan beberapa bentuk keterlibatan langsung atau kegiatan sosial perusahaan yaitu:

1. Lingkungan hidup

Mencakup di dalamnya (a) pengawasan terhadap efek polusi, (b) perbaikan kerusakan alam, konservasi alam, (c) keindahan lingkungan, (d) pengurangan suara bising, (e) penggunaan tanah, (f) pengelolaan sampah

dan air limbah, (g) riset dan pengembangan lingkungan, (h) kerjasama dengan pemerintah dan universitas, (i) pembangunan lokasi rekreasi, (j) dan lain-lain.

2. Sumber daya manusia dan pendidikan

Mencakup di dalamnya (a) keamanan dan kesehatan karyawan, (b) pendidikan karyawan, (c) kebutuhan karyawan dan rekreasi karyawan, (d) menambah dan memperluas hak-hak karyawan, (e) usaha untuk mendorong partisipasi, (f) perbaikan pensiun, (g) beasiswa, (h) bantuan pada sekolah, (i) pendirian sekolah, (j) membantu pendidikan tinggi, (k) riset dan pengembangan, (l) pengembangan pegawai, kelompok miskin dan minoritas, (m) ppeningkatan karir karyawan, (n) dan lain-lain.

3. Energi

Mencakup di dalamnya (a) konservasi energi yang dilakukan oleh perusahaan, (b) penghematan energi dalam proses produksi, (c) dan lain-lain.

4. Praktek bisnis yang jujur

Mencakup di dalamnya (a) memperhatikan hak-hak karyawan, (b) wanita, (c) jujur dalam iklan (d) kredit, (e) servis, (f) produk, (g) jaminan, (h) selalu mengontrol mutu produk (i) dan lain-lain.

5. Kegiatan seni dan kebudayaan.

Mencakup di dalamnya (a) membantu lembaga seni dan budaya, (b) sponsor kegiatan seni dan buadaya, (c) penggunaan seni dan budaya dalam iklan, (d) merekrut tenaga yang berbakat seni dan olahraga, (e) dan lain-lain.

6. Membantu masyarakat lingkungan

Mencakup di dalamnya (a) memanfaatkan tenaga ahli perusahaan dalam mengatasi masalah sosial di lingkungannya, (b) tidak campur tangan dalam

struktur masyarakat, (c) membangun klinik perusahaan, (d) sekolah, (e) rumah ibadah, (f) perbaikan desa/kota, (g) membantu kegiatan sosial masyarakat, (h) perbaikan perumahan desa, (i) bantuan dana, (j) perbaikan sarana pengangkutan atau pasar, (k) dan lain lain.

7. Hubungan dengan pemegang saham

Mencakup di dalamnya (a) sifat keterbukaan direkse kepada semua persero, (b) peningkatan pengungkapan informasi dalam laporan keuangan, (c) mengungkapkan keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial, (d) dan lain lain.

8. Hubungan dengan pemerintah

Mencakup di dalamnya (a) menaati peraturan oemerintah, (b) membatasi kegiatan *lobbying*, (c) mengontrol kegiatan politik perusahaan, (d) membantu lembaga pemerintah sesuai dengan kemampuan perusahaan, membantu secara umum usaha peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat, (e) membantu proyek dan kebijaksanaan pemerintah, (f) meningkatkan produktivitas sektor informasi, (g) pengembangan dan inovasi manajemen, (h) dan lain-lain.

2.1.4 Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan

Corporate Social Reporting adalah proses pengkomunikasian efek-efek sosial dan lingkungan atas tindakan-tindakan ekonomi perusahaan pada kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dan pada masyarakat secara keseluruhan (Gray, et al., 1987 dalam Rosmasita, 2007).

Ikhsan (2008; 131) Pengungkapan (*disclosure*) “tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Apabila dikaitkan dengan data, pengungkapan berarti memberikan data yang bermanfaat kepada pihak yang memerlukan. Jadi data

tersebut harus benar-benar bermanfaat. Pengungkapan dibagi menjadi dua karakter, yaitu; pengungkapan wajib (*mandatory*) dan sukarela (*voluntary*).”

Dalam FASB, FASC nomor 1 menyatakan bahwa keputusan pemakai laporan keuangan adalah pihak investor dan kreditur yang tidak lain merupakan pihak ekstern. Pihak investor berkepentingan atas laporan keuangan perusahaan dalam rangka penentuan kebijaksanaan penanaman modalnya, sedangkan pihak kreditur yang berkepentingan atas laporan keuangan untuk memutuskan kredit kepada perusahaan.

Berbagai alasan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi CSR secara sukarela telah diteliti dalam penelitian sebelumnya, diantaranya adalah karena untuk mentaati peraturan yang ada, untuk memperoleh keunggulan kompetitif melalui penerapan CSR, untuk memenuhi ketentuan kontrak pinjaman dan memenuhi ekspektasi masyarakat, untuk melegitimasi tindakan perusahaan, dan untuk menarik investor

Menurut *Pedoman CSR* Bidang Lingkungan Kementerian Lingkungan Hidup, CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak secara etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat secara luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaannya beserta seluruh keluarganya. Sedangkan menurut ISO 26000 mengenai pedoman tanggung jawab sosial yang segera akan diresmikan November 2011, CSR adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku

internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh. Perusahaan selain berorientasi terhadap laba, perusahaan juga bertanggungjawab terhadap masalah sosial yang ditimbulkan oleh aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan dengan manajemen lingkungan sehingga tidak hanya terbatas pada orientasi kinerja keuangan perusahaan. Banyak manfaat yang dapat diperoleh atas aktivitas CSR antara lain: meningkatkan penjualan dan *market share*, memperkuat *brand positioning*, meningkatkan citra perusahaan, menurunkan biaya operasi, dan meningkatkan daya tarik perusahaan di mata para investor dan analisis keuangan. Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang. Dengan melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa keberterimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan.

Konsep pelaporan CSR yang digagas oleh GRI adalah konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat adanya konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat adanya konsep *sustainability development*. Dalam *sustainability report* digunakan metode *triple bottom line*, yang tidak hanya melaporkan sesuatu yang diukur dari sudut pandang ekonomi saja, melainkan dari sudut pandang ekonomi, sosial dan lingkungan. Gagasan ini merupakan akibat dari adanya tiga dampak operasi perusahaan yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. GRI *Guidelines* menyebutkan bahwa, perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada bagian *standard disclosures*. Yang kemudian ketiga dimensi tersebut

diperluas menjadi 6 dimensi yaitu: ekonomi, lingkungan, praktek tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggungjawab produk.

Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Ada berbagai motivasi yang mendorong manajer secara sukarela mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan, dengan alasan yaitu:

1. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang terdapat dalam undang-undang
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi atas dasar alasan ini, praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memberikan keuntungan bisnis karena perusahaan melakukan hal yang benar dan alasan ini dipandang sebagai motivasi utama.
3. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan, yaitu manajer berkeyakinan bahwa orang memiliki hak yang tidak dapat dihindari dalam memperoleh informasi dan manajer tidak peduli akan biaya yang dibutuhkan untuk menyajikan informasi tersebut.
4. Keinginan untuk memenuhi persyaratan pinjaman lembaga pemberi pinjaman sebagai bagian dari kebijakan manajemen resiko, menginginkan agar manajer memberikan informasi tentang kinerja dan kebijakan sosial serta lingkungan secara periodik.
5. Pemenuhan kebutuhan masyarakat atas refleksi dari kontrak sosial tergantung pada penyediaan informasi yang berkaitan dengan kinerja sosial dan lingkungan.
6. sebagai konsekuensi atas ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
7. untuk dapat mengatur kelompok *stakeholder* yang mempunyai pengaruh yang kuat.

8. Untuk mematuhi persyaratan industri tersebut
9. untuk mendapatkan penghargaan pelapran tertentu.

2.1.5 Good Corporate Governance

Definisi *Good Corporate Governance* menurut *Cadbury Committee* yaitu suatu sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan dengan mengatur hubungan berbagai pihak di dalam maupun luar perusahaan (seperti pemegang saham, pengelola perusahaan, kreditur, pemerintah, dan karyawan) sehingga terpelihara kepentingan dan tujuan masing-masing pihak.

Menurut OECD (*Organization for Economic Co-operation and Development*) (Solihin, 2009:115), *corporate governance* didefinisikan sebagai berikut:

“Corporate governance is the system by which business corporations are directed and controled. The corporate governance structure specifies the distribution of the right and responsibilities among different participants in the corporartion, such as the board, managers, shareholders, and order stakeholders”

Governance yang terjemahannya adalah pengaturan yang dalam konteks *Good Corporate Governance* (GCG) ada yang menyebut tata pamong. *Corporate Governance* dapat didefinisikan sebagai suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ perusahaan (Pemegang saham/pemilik modal, komisaris/dewan pengawas dan direksi) untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan stakeholder lainnya, berdasarkan peraturan perundang-undangan dan nilai-nilai etika.

Inti dari *Corporate Governance* adalah peningkatan kinerja perusahaan melalui pemantauan kinerja manajemen dan adanya akuntabilitas manajemen terhadap pemangku kepentingan lainnya, berdasarkan kerangka aturan dan peraturan yang berlaku (Kaihatu, 2006). Pengimplementasian *Good Corporate Governance* memerlukan komitmen dari seluruh elemen organisasi dan

kepatuhan terhadap aturan-aturan yang mengikat di dalamnya. Terdapat lima prinsip yang terkandung dalam *Good Corporate Governance* yang disebutkan dalam Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia, yaitu:

1. Kerterbukaan (*transparency*)

Untuk menjaga objektivitas dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Perusahaan harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan perundang-undangan, tetapi juga hal yang penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur dan pemangku kepentingan lainnya.

2. Akuntabilitas (*accountability*)

Perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu perusahaan harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

3. Pertanggungjawaban (*responsibility*)

Perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

4. Kewajaran (*fairness*)

Untuk melancarkan pelaksanaan asas GCG, perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain.

5. Independensi (*independency*)

Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan.

Penelitian mengenai CSR dan GCG telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, salah satunya dilakukan oleh Said, et al (2009). Said, et al meneliti hubungan antara tujuh karakteristik *Corporate Governance* dan CSR *Disclosure* pada perusahaan terdaftar di Malaysia. Tujuh karakteristik yang digunakan antara lain *board size*, *independen non-executive director*, *CEO duality*, *audit committee*, *ownership concentration*, *managerial ownership*, *foreign ownership*, dan *government shareholding*. Hasil penelitian menunjukkan hanya dua variabel yang berhubungan dengan luas pengungkapan CSR yaitu kepemilikan oleh pemerintah dan komite audit, dan variabel yang paling signifikan adalah kepemilikan oleh pemerintah.

Konsep GCG timbul karena adanya keterbatasan dari teori keagenan dalam mengatasi masalah keagenan dan dipandang sebagai kelanjutan teori keagenan (Ariyoto dkk., 2000). GCG merupakan cara-cara untuk memberikan keyakinan pada para pemasok dana perusahaan akan diperolehnya *return* atas investasi mereka (Shleifer dan Vishny).

Pada tahun 1999, Komite Nasional Kebijakan Corporate Governance (KNKCG) yang dibentuk berdasarkan keputusan Menko Ekuin Nomor: KEP/31/M.EKUIIN/08/1999 telah mengeluarkan Pedoman *Good Corporate Governance* (GCG) yang pertama. Pedoman tersebut telah beberapa kali disempurnakan, terakhir pada tahun 2001. Berdasarkan pemikiran bahwa suatu sektor ekonomi tertentu cenderung memiliki karakteristik yang sama, maka pada tahun 2004 dikeluarkan pedoman GCG.

Sejak Pedoman GCG dikeluarkan pada tahun 1999 dan selama proses pembahasan pedoman GCG sektor perbankan dan sektor perasuransian, telah terjadi perubahan-perubahan yang mendasar, baik di dalam negeri masih sangat rendah, namun semangat menerapkan GCG dikalangan dunia usaha dirasakan ada peningkatan. Perkembangan lain yang penting dalam kaitan dengan perlunya penyempurnaan Pedoman GCG adanya krisis ekonomi dan moneter pada tahun 1997-1999 yang di Indonesia berkembang menjadi krisis multidimensi yang bekerpanjangan. Krisis tersebut antara lain terjadi karena banyak perusahaan yang belum menerapkan GCG secara konsisten, khususnya belum diterapkan etika bisnis.

Pedoman Umum *Good Corporate Governancel*Indonesia untuk selanjutnya disebut Pedoman GCG merupakan acuan bagi perusahaan untuk melaksanakan GCG dalam rangka:

1. Mendorong tercapainya kesinambungan perusahaan melalui pengelolaan yang didasarkan pada asas transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, sera kewajaran dan kesetaraan.
2. Mendorong pemberdayaan fungsi dan kemandirian masing-masing organ perusahaan, yaitu Dewan komisaris, Direksi dan Rapat Umum Pemegang Saham.
3. Mendorong pemegang saham, anggota Dewan komisaris dan anggota Direksi agar dalam membuat keputusan dan menjalankan tindakannya dilandasi oleh nilai moral yang tinggi dan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan.
4. Mendorong timbulnya kesadaran dan tanggungjawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan terutama di sekitar perusahaan.

5. Mengoptimalkan nilai perusahaan bagi pemegang saham dengan tetap memperhatikan pemangku kepentingan lainnya.
6. Meningkatkan daya saing perusahaan secara nasional maupun internasional, sehingga meningkatkan kepercayaan pasar yang dapat mendorong arus investasi dan pertumbuhan ekonomi nasional yang berkesinambungan.

Pedoman GCG ini memuat prinsip dasar dan pedoman pokok pelaksanaan GCG, merupakan standar minimal yang akan ditindaklanjuti dan dirinci dalam Pedoman Sektor yang dikeluarkan KNKG. Berdasarkan pedoman tersebut, masing-masing perusahaan perlu membuat manual yang lebih operasional.

Perusahaan yang sahamnya telah tercatat di bursa efek, perusahaan negara (BUMN), perusahaan daerah (PERUSDA), perusahaan yang menghimpun dan mengelola dana masyarakat, dan perusahaan yang produk dan jasanya digunakan oleh masyarakat luas, serta perusahaan yang mempunyai dampak luas terhadap kelestarian lingkungan, diharapkan menjadi pelopor dalam penerapan GCG ini.

Faktor-faktor GCG juga dikorelasikan dengan tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit, kualitas auditor eksternal dan struktur kepemilikan berkorelasi positif dengan pengungkapan CSR (Haniffa dkk., 2005; Sembiring, 2005; Anggraini 2006; Sayekti 2006)

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.

2.1.6 Pengungkapan CSR Pada Perusahaan dan Profitabilitasnya

Profitabilitas atau kemampuan memperoleh laba adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang diterima. Angka profitabilitas dinyatakan antara lain dalam angka laba sebelum pajak atau sesudah pajak. Nilai profitabilitas menjadi norma ukuran bagi kesehatan perusahaan.

Terdapat dua jenis pengukuran profitabilitas yang digunakan dalam mengevaluasi suatu pusat laba. Pertama pengukuran kinerja manajemen, yang terfokus pada hasil kerja para manajer. Pengukuran dilakukan untuk perencanaan, koordinasi, dan pengendalian. Yang kedua adalah ukuran kinerja ekonomis yang memiliki fokus pada kinerja pusat laba sebagai entitas ekonomi. Kinerja ekonomis suatu pusat laba selalu diukur berdasarkan laba bersih perusahaan.

Terdapat manfaat finansial dari praktik pengungkapan CSR kepada pemangku kepentingan perusahaan. Sebagaimana dikutip dalam Hazibuan.(2001), terdapat beberapa argumentasi untuk mendukung hal tersebut. *Pertama*, kos eksplisit dari pengungkapan CSR adalah minimal dan perusahaan akan memperoleh manfaat secara nyata dari tindakan pengungkapan CSR dalam bentuk peningkatan moral karyawan yang pada akhirnya bermuara pada produktivitasnya. *Kedua*, kos atas tindakan pengungkapan CSR adalah signifikan, tetapi akan tertutup oleh penurunan kos lainnya di dalam perusahaan. *Ketiga*, aktivitas pengungkapan CSR akan memperbaiki hubungan perusahaan dengan konstituen penting seperti kreditor, investor, dan pemerintah sehingga akan memperbaiki akses perusahaan ke sumber-sumber modal. Lebih lanjut menurut Teori Pemangku Kepentingan,

perusahaan harus memberi kepuasan bukan hanya kepada pemegang saham, tetapi juga kepada pihak-pihak yang mempunyai klaim kurang eksplisit (implisit).

2.1.7 Global Reporting Innisiatif (GRI)

Laporan keberlanjutan adalah praktek pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal. 'Laporan Keberlanjutan' merupakan sebuah istilah umum yang dianggap sinonim dengan istilah lainnya untuk menggambarkan laporan mengenai dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial (misalnya triple bottom line, laporan pertanggungjawaban perusahaan, dan lain sebagainya).

Sebuah laporan keberlanjutan harus menyediakan gambaran yang berimbang dan masuk akal dari kinerja keberlanjutan sebuah organisasi –baik kontribusi yang positif maupun negatif. Laporan Keberlanjutan yang disusun berdasarkan Kerangka Pelaporan GRI mengungkapkan keluaran dan hasil yang terjadi dalam suatu periode laporan tertentu dalam konteks komitmen organisasi, strategi, dan pendekatan manajemennya. Laporan dapat digunakan untuk tujuan berikut, di antaranya:

1. Patok banding dan pengukuran kinerja keberlanjutan yang menghormati hukum, norma, kode, standar kinerja, dan inisiatif sukarela;
2. Menunjukkan bagaimana organisasi mempengaruhi dan dipengaruhi oleh harapannya mengenai pembangunan berkelanjutan; dan
3. Membandingkan kinerja dalam sebuah organisasi dan di antara berbagai organisasi dalam waktu tertentu

Panduan Laporan Keberlanjutan (Panduan) berisikan Prinsip-prinsip dalam Mendefinisikan isi laporan dan menjamin kualitas dari informasi yang dilaporkan.

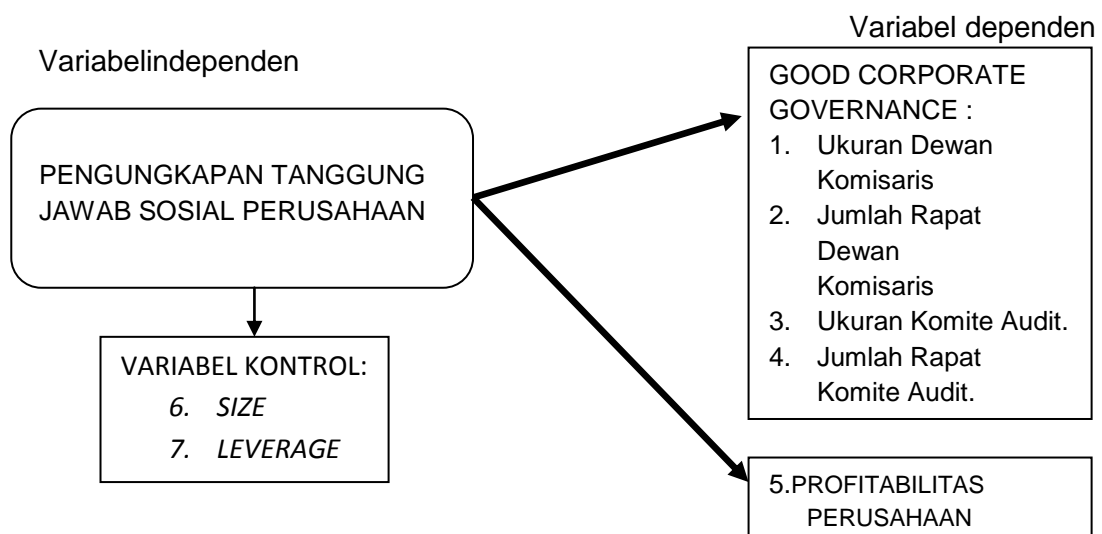
Panduan juga meliputi Standar Pengungkapan yang terdiri atas Indikator Kinerja dan item pengungkapan lainnya sebagaimana halnya panduan akan topik teknis spesifik dalam pelaporan.

2.1.8 Kerangka Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil lima variabel dependen yang merupakan karakteristik dari *Corporate Governance* yaitu Ukuran Dewan Komisaris, Independensi Dewan Komisaris, Independensi Komite Audit, Kepemilikan manajerial, Proporsi Dewan Komisaris independen, ukuran komite audit, jumlah rapat komite audit. Sedangkan variabel kontrol yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu profitabilitas perusahaan dan variabel independen terdiri dari dua yaitu; jumlah perusahaan yang mengungkapkan CSR dan jumlah Item CSR yang diungkapkan oleh perusahaan.

Berdasarkan pengembangan hipotesis yang telah dijelaskan di atas, maka disusun kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang akan diuji. Kerangka pemikiran disusun untuk mempermudah memahami hipotesis yang dibangun di dalam penelitian.

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian



2.1.9 Hipotesis Penelitian

2.1.9.1 Hubungan Pengungkapan CSR dengan Ukuran dewan komisaris

Berdasarkan teori *stakeholder*, dewan komisaris merupakan sebuah mekanisme akuntabilitas yang berperan dalam meyakinkan bahwa perusahaan memenuhi kepentingan para *stakeholder*, bukan hanya kepentingan pemegang saham (*shareholders*) (Hannifa dan Cooke, 2005 dalam Michelin dan Parbonetti, 2010). Untuk mewujudkan akuntabilitas perusahaan, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas, sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial.

Penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang positif antara ukuran dewan komisaris dengan tingkat pengungkapan informasi sosial perusahaan antara lain adalah penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara ukuran dewan komisaris dengan tingkat pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Pengungkapan Pertanggung Jawaban Sosial Perusahaan berpengaruh positif terhadap Ukuran Dewan Komisaris.

2.1.9.2 Hubungan Pengungkapan CSR dengan Jumlah Rapat Dewan Komisaris

Rapat dewan komisaris merupakan media komunikasi dan koordinasi diantara anggota-anggota dewan komisaris dalam menjalankan tugasnya sebagai pengawas manajemen. Dalam rapat tersebut, akan membahas masalah mengenai arah dan strategi perusahaan, evaluasi kebijakan yang telah diambil atau dilakukan oleh manajemen, dan mengatasi masalah benturan kepentingan

(FCGI, 2002). Oleh karena itu, semakin sering dewan komisaris mengadakan rapat diharapkan *monitoring* (pengawasan) yang dilakukan oleh dewan komisaris akan semakin baik. Dengan demikian, pengungkapan informasi sosial perusahaan juga akan semakin luas

Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Xie et al. (2003) dalam Waryanto (2010) yang menemukan bahwa semakin sering dewan komisaris mengadakan rapat, maka fungsi pengawasan semakin efektif sehingga pengungkapan yang dilakukan perusahaan akan semakin luas. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: Pengungkapan Pertanggung Jawaban Sosial Perusahaan berpengaruh positif terhadap Jumlah Rapat Dewan Komisaris.

2.1.9.3 Hubungan Pengungkapan CSR dengan Ukuran Komite Audit

Komite audit merupakan alat yang efektif untuk melakukan mekanisme pengawasan, sehingga dapat mengurangi biaya agensi dan meningkatkan kualitas pengungkapan perusahaan (Foker, 1992 dalam Said *et.al*, 2009). Penelitian yang dilakukan oleh Ho dan Wong (2001) dalam Said *et.al*. (2009) menyatakan bahwa keberadaan komite audit berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) yang dilakukan perusahaan. Dengan demikian, dengan ukuran komite audit yang semakin besar diharapkan pengawasan yang dilakukan akan semakin baik dan dapat meningkatkan pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3: Pengungkapan Pertanggung Jawaban Sosial Perusahaan berpengaruh positif terhadap Ukuran Komite Audit.

2.1.9.4 Hubungan Pengungkapan CSR Terhadap Jumlah Rapat Komite Audit

Rapat komite audit merupakan koordinasi antara anggota-anggotanya agar dapat menjalankan tugas secara efektif dalam hal pengawasan laporan keuangan, pengendalian internal, dan pelaksanaan GCG perusahaan. Dengan semakin sering mengadakan rapat, maka koordinasi komite audit akan semakin baik sehingga dapat melaksanakan pengawasan terhadap manajemen dengan lebih efektif dan diharapkan dapat mendukung peningkatan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H4: Pengungkapan Pertanggung Jawaban Sosial Perusahaan berpengaruh positif terhadap Jumlah Rapat Komite Audit.

2.1.9.5 Hubungan Pengungkapan CSR Terhadap Profitabilitas Perusahaan

Dalam SAFC No.1 menjelaskan bahwa pelaporan keuangan memberikan informasi yang bermanfaat bagi investor dan kreditur, dan pemakai lainnya dalam pengambilan keputusan investasi, kredit, dan yang serupa secara rasional. Pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan sendiri memberi kewenangan terhadap perusahaan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan stakeholders, seperti pelanggan, rekan bisnis, penduduk lokal maupun bagian administrasi. Diharapkan dengan publikasi akuntansi pertanggungjawaban sosial perusahaan akan berfungsi dan berarti bagi perusahaan-perusahaan dalam melaksanakan tanggungjawabnya terhadap stakeholders mereka.

Banyak literatur yang menegaskan bahwa aktivitas CSR yang tertuang dalam pengungkapan sosial perusahaan berpengaruh dan memiliki hubungan positif dengan kinerja perusahaan. Dalam penelitian empiris, beberapa

penelitian telah mencoba untuk mengungkapkan hal ini dalam berbagai perspektif yang berbeda. Penelitian Heal dan Garret (2004), menunjukkan bahwa aktivitas CSR dapat menjadi elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, memberikan kontribusi kepada manajemen risiko dan memelihara hubungan yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Sedangkan Penelitian Siegel dan Paul (2006), menunjukkan bahwa aktivitas CSR memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap efisiensi, perubahan teknikal, dan skala ekonomi perusahaan. Karena itu dirumuskanlah hipotesis sebagai berikut :

H5: Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan berpengaruh positif terhadap Profitabilitas Perusahaan

2.1.9.6 Hubungan Pengungkapan CSR Terhadap Ukuran Perusahaan (Size)

Ukuran perusahaan (*size*) perusahaan merupakan variable penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005).

Kaitan ukuran perusahaan dengan tanggung jawab sosial adalah tingkat visibilitas. Perusahaan besar mempunyai tingkat visibilitas tinggi sehingga akan lebih responsive dalam pengungkapan tanggung jawab sosial. Udayasankar (2007) menyatakan bahwa perusahaan besar lebih besar tingkat resistensinya, sehingga jika kecil tingkat respon sosialnya akan mengakibatkan konflik. Hal ini

akan mengganggu tujuan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dan nilai positif dari masyarakat atau *stakeholders* lainnya. Hal ini menunjukkan adanya hubungan antara pengungkapan CSR terhadap ukuran perusahaan, maka dirumuskanlah hipotesis sebagai berikut:

H6: Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan berpengaruh positif terhadap Ukuran Perusahaan (Size).

2.1.9.7 Hubungan Pengungkapan CSR Terhadap *Leverage*

Rasio leverage digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Oleh karena itu, perusahaan dengan rasio leverage yang tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variable ini antara lain adalah penelitian Belkoui & Karpik (1989). Akan tetapi tidak semua peneliti mendukung hubungan leverage dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini ditemukan oleh Sembiring (2003). , maka dirumuskanlah hipotesis sebagai berikut:

H7: Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan berpengaruh positif terhadap Leverage.

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis non-eksperimental korelasional. Menurut Riyanto (1996:27) penelitian korelasional adalah penelitian yang akan melihat hubungan antara variable atau beberapa variable dengan variabel yang lain. Pada jenis penelitian korelasi, yang diambil merupakan paradigm ganda dengan dua atau lebih variable dependen .

Penelitian ini menggunakan Diferensial variable dimana persamaan yang melibatkan variabel-variabel tak bebas dan derivatif-derivatifnya terhadap variabel-variabel bebas. Persamaan diferensial di mana fungsi yang tidak diketahui adalah fungsi dari banyak variable bebas, dan persamaan tersebut juga melibatkan turunan parsial. Orde persamaan didefinisikan seperti pada persamaan diferensial biasa, namun klasifikasi lebih jauh kedalam persamaan eliptik, hiperbolik, dan parabolik, terutama untuk persamaan diferensial linear orde dua, sangatlah penting. Beberapa persamaan diferensial parsial tidak dapat digolongkan dalam kategori-kategori tadi, dan dinamakan sebagai jenis campuran persamaan ini disebut persamaan diferensial parsial

3.1.1 Variabel dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan CSR dalam sustainability report yang dinyatakan dalam corporate sustainability disclosure (CSD).Pengungkapan tanggungjawab social diukur dengan proksi CSD (Corporate Sustainability Disclosure) berdasarkan indikator GRI (Global Reporting Initiatives).Indikator GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan, dan social sebagai dasar sustainability reporting.

Pengukuran CSD yang menggunakan *content analysis*, yaitu sebuah metode pengkodifikasian sebuah teks (isi) dari sebagian tulisan kedalam berbagai kelompok atau kategori berdasarkan pada criteria tertentu (Webber, Weber, 1988 dalam Said, *et al.*, 2009). Metode ini telah dia dopsi secara luas dalam penelitian-penelitian terdahulu mengenai pengungkapan tanggung jawab social dan lingkungan (Abbot dan Monsen, 1979; Guthrie dan Parker, 1990; Hackstondan Milne, 1996 dalam Michelin dan Parbonetti, 2010). Analisis isi didasarkan padapedoman GRI yang berfokus pada *triple bottom line* (pengungkapan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan). Metode ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRD adalah sebagai berikut:

$$\text{CSRD} = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{78 \text{ item pengungkapan}}$$

3.1.2 Variabel Independen

3.1.2.1 Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran Dewan Komisaris adalah jumlah anggota yang duduk dalam dewan komisaris yang bertugas, mengawasi, dan member nasihat pada direksi. Variabel ini diukur dengan menghitung jumlah anggota dewan komisaris yang dilihat dari *annual report* masing-masing perusahaan.

3.1.2.2 Jumlah Rapat Dewan Komisaris

Jumlah rapat dewan komisaris adalah Jumlah rapat Dewan Komisaris adalah jumlah pertemuan atau rapat yang dilakukan oleh Dewan Komisaris dalam waktu satu tahun. Jumlah rapat Dewan Komisaris diukur dengan melihat

jumlah rapat yang dilakukan oleh Dewan Komisaris pada laporan tahunan perusahaan.

3.1.2.3 Ukuran Komite Audit

Ukuran komite audit merupakan jumlah seluruh anggota Komite Audit dalam suatu perusahaan. Ukuran Komite Audit diukur dengan menghitung jumlah anggota Komite Audit dalam suatu perusahaan yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan.

3.1.2.5 Jumlah Rapat Komite Audit

Jumlah rapat komite audit adalah jumlah pertemuan atau rapat yang dilakukan oleh Komite Audit dalam waktu satu tahun. Jumlah rapat Komite Audit diukur dengan melihat jumlah rapat yang dilakukan oleh Komite Audit pada laporan tahunan atau *sustainability report* perusahaan.

3.1.2.6 Profitabilitas Perusahaan

Profitabilitas dalam penelitian ini akan menggunakan proksi return on equity (ROE) seperti Akhmad Nurkin (2007). ROE dipilih karena merupakan alat yang dapat menggambarkan kemampuan profitabilitas perusahaan.

3.1.2.7 Leverage Perusahaan

Leverage menggambarkan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang dalam membiayai kegiatan operasinya. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *leverage* adalah *Debt To Equity Ratio* (DER).

3.1.2.8 Size

Ukuran perusahaan merupakan ukuran mengenai besar kecilnya suatu perusahaan. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat ukuran perusahaan adalah total aktiva yang telah digunakan secara luas oleh peneliti terdahulu dalam area penelitian tentang CSR *reporting* (Hackston dan Milne, 1996; Hannifadan Cooke, 2005; Said *et al.*, 2009).

3.2 Lokasi Penelitian

Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Sampel dipilih dengan metode purposive sampling dengan kriteria yang telah ditentukan melalui dokumentasi data sekunder.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data terdiri atas:

- a. Data kualitatif, yaitu data diperoleh dalam bentuk informasi dari instansi maupun pihak-pihak lain yang ada kaitannya dengan yang akan dibahas. Data yang bukan dalam bentuk angka-angka atau tidak dapat dihitung melainkan dalam bentuk kata-kata. Data yang digunakan berasal dari buku, artikel jurnal, dan halaman web perusahaan tentang konsep CSR dan GCG.
- b. Data Kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka yang dapat dihitung, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Data yang diharapkan berupa data jumlah ukuran CSR menurut GRI dari perusahaan yang terdaftar di BEI

3.3.2 Sumber Data

Sumber data terdiri atas:

➤ **Data Sekunder**

Data yang diperlukan untuk penelitian ini adalah data sekunder perusahaan-perusahaan manufaktur yang datanya dapat di dapatkan Pusat Informasi Penanaman Modal atau Badan Pusat Statistik (Statistik Pasar Modal).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dilakukan pengumpulan data melalui metode dokumentasi data sekunder dan penelitian lapangan.

3.4.1. Metode Dokumentasi 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 2012-2013. Metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap profitabilitas perusahaan.

Profitabilitas dalam penelitian ini akan menggunakan proksi return on equity (ROE) seperti Akhmad Nurkin (2007). ROE dipilih karena merupakan alat yang dapat menggambarkan kemampuan profitabilitas perusahaan. ROE dapat dicari dengan persamaan sebagai berikut;

$$\text{Return on equity (ROE)} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Shareholder's Equity}}$$

3.5 Populasi dan Sampel

Sampel diambil dengan metode *purposive sampling* berdasarkan pertimbangan-pertimbangan oleh peneliti, dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang dapat mewakili populasinya dengan criteria sebagai berikut:

1. Perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel adalah perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan tahunan melalui situs Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id), atau daftar perusahaan manufaktur yang terdapat pada Badan Pusat Statistik (Statistik Pasar Modal dan Perusahaan Industri) dan website perusahaan.
2. Perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel adalah perusahaan manufaktur yang mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial melalui laporan tahunannya.

3. Perusahaan yang menjadi sampel terdiri dari perusahaan manufaktur untuk mewakili tiap populasi (karakteristik GCG) dan perusahaan tersebut melakukan kegiatan pertanggungjawaban sosial.

Setelah melihat kriteria di atas maka populasi dan sampel dalam penelitian ini Populasi untuk mengetahui profitabilitas perusahaan adalah semua perusahaan yang mengungkapkan CSR mereka dan terdaftar di BEI selama tahun 2012 .

3.6 Analisis Data

Pengukuran dan pengujian suatu kuesioner atau hipotesis sangat bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *reliability* (tingkat keandalan) dan *validity* (tingkat kebenaran/keabsahan) yang tinggi serta penggambaran data secara normal. Sebelum masuk dalam analisis regresi berganda, himpunan data akan diuji dengan asumsi klasik dalam tiga tahap, yaitu:

- (1) Uji normalitas dan
- (2) Uji Asumsi Autokorelasi
- (3) Uji F (Uji Kesesuaian Modern).

3.6.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. (Ghozali, 2007:147)

3.6.2 Uji Asumsi Autokorelasi

Pada model linear berganda ini, akan dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya. jika yang diperoleh mendekati satu maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. sebaliknya jika makin mendekati nol maka semakin lemah pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat

3.6.3 Uji F (Uji Kesusaian Modern)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana $F(\text{hitung}) > F(\text{tabel})$, maka H_1 diterima atau secara bersama-sama variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak. Sebaliknya apabila $F(\text{hitung}) < F(\text{tabel})$, maka H_0 diterima atau secara bersama-sama variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan probality sebesar 5% ($\alpha=0,05$).

jika $\text{sig} > \alpha$ (0,05), maka H_0 diterima H_1 ditolak.

jika $\text{sig} < \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak H_1 diterima

3.6.4 Uji Hipotesis

Penelitian ini akan menggunakan model regresi berganda sebagai berikut:

$$CSR D = \theta_0 + \theta_1 JDK + \theta_2 JRD + \theta_3 JKA + \theta_4 JRKA + \theta_5 ROE + \theta_6 SIZE + \theta_7 LEV + E$$

Dimana;

CSR D : Indeks Pengungkapan CSR dalam *Sustainability Report*

JDK : Ukuran Dewan Komisaris

JRD : Jumlah Rapat Dewan Komisaris

JKA : Ukuran Komite Audit

JRKA : Jumlah Rapat Komite Audit

SIZE : Ukuran Perusahaan dihitung dengan Total Aset

LEV : Rasio Leverage (*Debt to Equity Ratio*)

ROE : Profitabilitas Perusahaan dilihat dari ROE (*Return on Equity*)

E : Error

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Indikator pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan indikator GRI terdiri dari 3 tema, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial. Gambaran tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah seperti yang terlihat dalam tabel 4.1 . Dalam table 4.1 hanya disajikan perusahaan sampel yang diambil yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

Tabel 4.1 Deskripsi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Berdasarkan Indikator GRI oleh Perusahaan Sampel

NO	Sampel		Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial				
	Jenis perusahaan	Jumlah	Skor	Jumlah	Ekonomi	lingkungan	Sosial
1.	Manufaktur	106	0,28	22	4.50	3.67	13.66
Seharusnya yang di ungkapkan				78	9	30	40

Sumber : Hasil dari olah data peneliti

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial secara keseluruhan masih tergolong kecil, yaitu skor yang diperoleh hanya sebesar 0,28 atau sebesar 28%. Tema lingkungan merupakan indikator terkecil yang diungkapkan, yaitu hanya sebesar 3,67, Tema sosial menunjukkan indikator yang paling banyak diungkapkan, yaitu dengan skor sebesar 13,66. Sementara tema ekonomi mempunyai skor sebesar 4,50.

Pada Tabel 4.1 memberikan arti bahwa perusahaan manufaktur di Indonesia masih belum baik dalam melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya berdasarkan indikator GRI. Hal ini mungkin dikarenakan perusahaan belum memberikan perhatian yang cukup baik terhadap kinerja sosialnya.

4.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu variabel penelitian. Alat yang digunakan untuk melihat gambaran atau deskripsi variabel penelitian adalah nilai teoritis, nilai akhir (rata-rata, minimum, maksimum), sum dan standard deviasi yang tersaji pada tabel 4.2.

Dalam Tabel 4.2 dapat dilihat Nilai rata-rata dari variabel CSR adalah sebesar 0,1820. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR dari perusahaan-perusahaan yang terdaftar di bursa saham Indonesia sangat berbeda-beda, ada yang sangat mendukung, ada juga yang kurang memperhatikan pengungkapan CSR secara keseluruhan di dalam laporan tahunan perusahaan.

Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

	N	Mean	Std. Deviation
CSR	106	,1820	.29317
JDK	106	4,4623	1.862
JRD	106	5,8302	12.273
JKA	106	3,1698	.12384
JRKA	106	7,9906	1.735
ROE	106	,2005	9.153
SIZE	106	5,8E+12	1.28365
LEV	106	1,0108	.62145

Sumber : Hasil olah data peneliti

4.2 Hasil Uji Kualitas Data

Uji kualitas data yang pertama dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan uji normalitas data melalui analisis statistik dengan menggunakan uji statistik non-parametrik One-Sample Kolmogorov-Smirnev. Hasil pengujian disajikan pada tabel 4.3. Besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov adalah 0,889 dan tidak signifikan. Hal ini berarti H₀ diterima yang berarti data residual terdistribusi normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini adalah berdistribusi normal.

4.3 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal. (Ghozali, 2007:147)

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardiz Ed Residual
N		106
Normal Parameters ab	Mean	.0000000
	Std. deviation	.08274437
Most Extream Differences	Absolute	.094
	Positive	.094
	Negative	-.049
Kolmogorov-smirnov Z		.889
Asymp. Sig (2.tailed)		.409

- a. Test distribution is Normal
 - b. Calculated from data
- Sumber: Hasil olah data dari peneliti

Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal. Dalam menguji normalitas digunakan uji statistik untuk menguji normalitas residu adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S).

Berdasarkan tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa pengujian normalitas berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari nilai Kolmogorov-Smirnov Z lebih dari 0,5 dan keterangan di bawah tabel bahwa penelitian berdistribusi normal. Jika nilai Kolmogorov-Smirnov Z menunjukkan nilai lebih dari 0,5 berarti penelitian yang dilakukan berdistribusi normal.

4.4 Uji Asumsi Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak baik/tidak layak dipakai prediksi.

Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah auto korelasi dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah -2 ($DW < -2$)
2. Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada diantar -2 dan +2 atau $-2 < DW < +2$
3. Terjadi autokorelasi negative jika nilai DW diatas +2 atau $DW > +2$

Tabel 4.4 Pengujian Durbin-Watson Model Summaryb

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.276a	.076	.010	.12059	1.674

a. Predictors: (Constant), LEVERAGE, JKA, JDK, ROE, JRD, SIZE, JRKA

b. Dependent Variable: CSRD

Sumber: Hasil olah data dari peneliti

Dari hasil olah data, dapat dilihat pada tabel 4.4 ditemukan *Durbin Watson test* = 1.674 dan $-2 < DW < +2$ disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi autokorelasi

4.5 Uji Koefisien Regresi Secara Bersamaan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk menguji ketetapan regresi sebagai alat digunakan untuk memprediksi hubungan variabel.

1. Merumuskan Hipotesis

H_0 =Tidak ada pengaruh signifikan antara semua variabel secara bersama-sama

H_1 =Ada pengaruh signifikan antara semua variabel secara bersama-sama.

Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikan 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam meneliti).

Menentukan f- hitung

Berdasarkan tabel diperoleh f-hitung sebesar 1,150

2. Menentukan f-tabel

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, df_1 (jumlah variabel - 1) = 7 dan df_2 ($n-k-1$) atau $105-7-1=98$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen).

3. Kriteria Pengujian

H_0 diterima bila f-hitung < f-tabel

H_0 ditolak bila f-hitung > f-tabel

Tabel 4.5 Hasil Uji F ANOVAb

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	,117	7	,017	1,150	,339a
	Residual	1,425	98	,015		
	Total	1,542	105			

a. Predictors: (constant), LEVERAGE, JKA, JDK, ROE, JRD, SIZE, JRKA

b. Dependent Variable : CSR

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

4.6 Hasil Uji Hipotesis

Analisis dan Pembahasan Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Good Corporate Governance dan Profitabilitas Perusahaan dimaksudkan untuk mengetahui dan mengukur perubahan pengaruh asumsi-asumsi pengungkapan CSR tersebut terhadap citra GCG dan profitabilitas Perusahaan. Pengolahan data sekunder dari perusahaan yang terdaftar di BEI dengan menggunakan komputerisasi data menunjukkan hasil seperti pada Tabel 4.6

Tabel 4.6 Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (constant)	,106	,063		1,683	,096
JDK	,001	,001	,212	2,019	,047
JRD	,001	,003	,052	,459	,647
JKA	,010	,020	,060	,518	,606
JRKA	,001	,002	,088	-,711	,479
ROE	,001	,001	,268	2,587	,011
SIZE	,000	,000	-,021	-,182	,856
LEVERAGE	,033	,012	,270	2,731	,007

Sumber : Hasil olah data peneliti

4.6.1 Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Jumlah Dewan Komisaris

Berdasarkan Table 4.6, variabel komposisi dewan komisaris memiliki nilai signifikansi 0.047 yang berarti berada di bawah taraf signifikansi 0,05 . Hal ini menunjukkan bahwa komposisi dewan komisaris terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa komposisi dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dapat diterima.

4.6.2 Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Jumlah Rapat Dewan Komisaris

Berdasarkan Table 4.6, variabel komposisi dewan komisaris memiliki nilai signifikansi 0.647 yang berarti berada di atas taraf signifikansi 0,05 . Hal ini menunjukkan bahwa komposisi dewan komisaris terbukti tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Jumlah rapat dewan komisaris tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan *sustainability repor* dari CSR.

4.6.3 Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Jumlah Komite Audit

Berdasarkan Table 4.6, variabel jumlah komite audit memiliki nilai signifikansi 0.606 yang berarti berada di atas taraf signifikansi 0,05 . Hal ini menunjukkan bahwa jumlah komite audit terbukti tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Jumlah komite audit tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan *sustainability report* dari CSR.

4.6.4 Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Jumlah Rapat Komite Audit

Berdasarkan Table 4.6, variabel jumlah rapat komite audit memiliki nilai signifikansi 0.479 yang berarti berada di atas taraf signifikansi 0,05 . Hal ini menunjukkan bahwa jumlah rapat komite audit terbukti tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Jumlah rapat komite audit tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan *sustainability report* dari CSR.

4.6.5 Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Profitabilitas

Table 4.6 menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai signifikansi 0,011 yang berarti berada di bawah taraf signifikansi 0,05 (5%). Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga, hipotesis ini dapat diterima.

4.6.6 Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Ukuran Perusahaan (Size)

Berdasarkan Table 4.6, variabel Ukuran perusahaan (Size) memiliki nilai signifikansi 0.856 yang berarti berada di atas taraf signifikansi 0,05 . Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan terbukti tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan *sustainability report* dari CSR.

4.6.7 Pengungkapan CSR Terhadap *Leverage*

Berdasarkan Table 4.6, variabel *leverage* memiliki nilai signifikansi 0.07 yang berarti berada di bawah taraf signifikansi 0,05 . Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan *sustainability report* dari CSR.

4.7 Pembahasan

4.7.1 Hubungan Pengungkapan CSR Terhadap GCG

4.7.1.2 Pengaruh Jumlah Dewan Komisaris dan Komite Audit

Berdasarkan teori agensi, dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi, yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dikaitkan dengan pengungkapan informasi oleh perusahaan, kebanyakan penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara berbagai karakteristik dewan komisaris dengan tingkat pengungkapan informasi oleh perusahaan.

Berdasarkan Table 4.6, variabel komposisi dewan komisaris memiliki nilai signifikansi 0.047 yang berarti berada di bawah taraf signifikansi 0,05 . Hal ini menunjukkan bahwa komposisi dewan komisaris terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa komposisi dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dapat diterima.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Erwansyah (2009), Said, et al. (2009) dan Waryanto (2010), yang menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris mempengaruhi luas pengungkapan CSR dalam *annual report*. Selain

itu, penelitian Akhtaruddin et.al (2009) juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara ukuran komite audit dengan tingkat pengungkapan sukarela.

Diterimanya hipotesis ini adalah mendukung teori agensi yang menyatakan bahwa jumlah dewan komisaris independen memberikan pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, karena jumlah anggota komite audit yang dimiliki perusahaan bukan hanya sebagai formalitas untuk memenuhi peraturan yang ditetapkan oleh Pemerintah, tapi telah mempertimbangkan efektivitas dan kompleksitas perusahaan. Hasil penelitian ini juga mencerminkan bahwa rata-rata komite audit adalah 4,40 atau dapat dikatakan ukuran komite audit perusahaan masih rendah, sehingga belum mampu mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dalam menentukan jumlah anggota dewan komisaris dan komite audit harus diperhatikan mengenai komposisi, kemampuan, dan integritas anggota sehingga mampu memberikan arahan kepada manajemen dengan baik untuk mencapai transparansi dan mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan (CSR) yang lebih luas. Dengan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan yang lebih luas ini, diharapkan perusahaan mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh para *stakeholder*.

4.7.1.3 Pengaruh Jumlah Rapat Dewan Komisaris dan Rapat komite Audit

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Jumlah rapat dewan komisaris dan jumlah rapat komite audit tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan *sustainability report*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Waryanto (2010) yang menunjukkan temuan bahwa tidak terdapat hubungan antara frekuensi pertemuan dewan komisaris dengan pengungkapan informasi sosial perusahaan. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Widowati (2009) yang menyatakan bahwa jumlah

pertemuan yang dilakukan oleh komite audit tidak menjamin bahwa pelaksanaan monitoring terhadap manajemen untuk melakukan kecurangan akan berjalan efektif.

Hal ini terjadi dimungkinkan karena rapat-rapat yang dilakukan kurang efektif, dikarenakan adanya dominasi suara dari anggota dewan komisaris dan komite audit yang mementingkan kepentingan pribadi atau kelompoknya sehingga mengesampingkan kepentingan perusahaan (Muntoro, 2006). Selain itu, hal ini juga mungkin terjadi karena kurangnya kompetensi yang memadai dari anggota dewan komisaris dan komite audit sehingga tidak mampu menjalankan tugasnya secara efektif (Waryanto, 2010).

4.7.1.4 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Table 4.6 menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai signifikansi 0,011 yang berarti berada di bawah taraf signifikansi 0,05 (5%). Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga, hipotesis ini dapat diterima.

Penelitian ini menghasilkan temuan yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2003 dan 2005) dan Anggraini (2006). Keduanya menemukan hasil yang sama bahwa profitabilitas terbukti mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial perusahaan. Hal ini mungkin disebabkan karena kesamaan proksi yang digunakan. Sembiring (2003) menggunakan proksi gross profit margin. Sedangkan Anggraini (2006) menggunakan proksi net profit margin.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2003) yang melaporkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab social

perusahaan. Hasil penelitian ini berhasil mendukung teori legitimasi yang menyatakan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Juga berhasil membuktikan arah hubungan positive antara profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sesuai yang dikemukakan oleh Donovan dan Gibson (2000).

4.7.2 Hubungan Variabel Kontrol Terhadap Luas Pengungkapan CSR dalam *Sustainability Report*

Penelitian ini menggunakan dua variabel kontrol, yaitu ukuran perusahaan (*Size*), *leverage*. Dari kedua variabel tersebut, hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya variabel *leverage* yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan *sustainability report*.

Hasil penelitian ini berhasil mendukung teori agensi dan hasil penelitian Waryanto (2010) yang menemukan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap luas pengungkapan informasi sosial perusahaan. Berdasarkan teori agensi, manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya. Hal ini dilakukan agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*.

Menurut Belkaoui dan Karpik (1989), semakin tinggi tingkat *leverage* semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit, sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba yang lebih tinggi yang dapat dilakukan salah satunya dengan cara mengurangi biaya-biaya, termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur dan menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap *Good Corporate Governance* dan Profitabilitas Perusahaan yang dilihat dari ukuran dewan komisaris, jumlah rapat dewan komisaris, proporsi dewan komisaris independen, ukuran komite audit, jumlah rapat, dan komite audit. Berdasarkan hasil analisis terhadap data yang dikumpulkan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan berikut ini:

1. Variabel komposisi dewan komisaris memiliki nilai signifikansi 0.047 yang berarti berada di bawah taraf signifikansi 0,05 . Hal ini menunjukkan bahwa komposisi dewan komisaris terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa komposisi dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dapat diterima. Maka hipotesis pertama diterima dan searah dengan rumusan masalah pertama dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan Erwansyah (2009), Said, et al. (2009) dan Waryanto (2010). Hal ini juga menunjukkan bahwa dewan komisaris yang bertanggungjawab mengontrol dan memberi nasihat perusahaan merupakan sebuah mekanisme akuntabilitas yang berperan dalam menyakinkan perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi termasuk poengungkapan CSR terhadap para stakeholder .
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jumlah rapat dewan komisaris tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan

sustainability report. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Waryanto (2010) yang menunjukkan temuan bahwa tidak terdapat hubungan antara frekuensi pertemuan dewan komisaris dengan pengungkapan informasi sosial perusahaan.

3. Variabel profitabilitas memiliki nilai signifikansi 0,011 yang berarti berada di bawah taraf signifikansi 0,05 (5%). Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga, hipotesis ini dapat diterima. Penelitian ini menghasilkan temuan yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2003 dan 2005) dan Anggraini (2006). Keduanya menemukan hasil yang sama bahwa profitabilitas terbukti mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial perusahaan. Sejalan dengan hal tersebut ini membuktikan tingkat pendapatan laba perusahaan atau profit mereka dapat dipengaruhi dengan adanya pengungkapan CSR, dimana para stakeholder termasuk investor dan konsumen antusias untuk mengetahui pengungkapan informasi terhadap CSR, ini dikarenakan CSR biasanya digunakan oleh perusahaan sebagai alat promosi bukan hanya sebagai suatu pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungannya.
4. Variabel *leverage* memiliki nilai signifikansi 0.07 yang berarti berada di bawah taraf signifikansi 0,05 . Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan *sustainability report* dari CSR. Hasil penelitian ini berhasil mendukung teori agensi dan hasil penelitian Waryanto (2010) yang menemukan

bahwa *leverage* berpengaruh terhadap luas pengungkapan informasi sosial perusahaan

5. Variabel jumlah rapat komite audit memiliki nilai signifikansi 0.479 yang berarti berada di atas taraf signifikansi 0,05 . Hal ini menunjukkan bahwa jumlah rapat komite audit terbukti tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Jumlah rapat komite audit tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan *sustainability report* dari CSR.
6. Variabel jumlah komite audit memiliki nilai signifikansi 0.606 yang berarti berada di atas taraf signifikansi 0,05 . Hal ini menunjukkan bahwa jumlah komite audit terbukti tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Jumlah komite audit tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan *sustainability report* dari CSR.
7. Variabel Ukuran perusahaan (Size) memiliki nilai signifikansi 0.856 yang berarti berada di atas taraf signifikansi 0,05 . Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan terbukti tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan *sustainability report* dari CSR

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yang sekaligus dapat merupakan arah bagi penelitian yang akan datang antara lain :

1. Jumlah sampel yang relative terbatas, hanya 106 sampel karena masih sedikitnya perusahaan manufaktur di Indonesia yang membuat *sustainability report*.
2. Terdapat unsur subjektivitas dalam menentukan indeks pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan tidak adanya ketentuan baku yang dapat dijadikan acuan sehingga penentuan indeks untuk indicator dalam kategori yang sama dapat berbeda untuk setiap peneliti.
3. Penelitian ini mengukur pengungkapan CSR hanya melalui standar GRI saja, dan tidak melihat kualitas pengungkapan CSR itu sendiri.

5.3 Saran

Berdasarkan beberapa keterbatasan penelitian yang telah diungkapkan, maka saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Saran untuk perusahaan, sesuai dengan perkembangan dan tuntutan jaman, diharapkan untuk tahun-tahun kedepan mempunyai undang-undang yang mewajibkan perusahaan untuk membuat *sustainability report* perusahaan.
2. Pemerintah hendaknya menetapkan regulasi yang secara tegas dan jelas mengatur mengenai praktik pengungkapan CSR pada perusahaan di Indonesia sehingga praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia semakin meningkat.
3. Penelitian selanjutnya di harapkan tidak hanya mengukur pelaporan tanggungjawab social dari luas pengungkapannya saja, akan tetapi kualitas pengungkapan juga di pertimbangkan didalamnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Nurkhin. 2007. *Corporate Governance dan Profitabilitas; Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan*. Jurnal Magister Akuntansi: Universitas Diponegoro.
- Anggraini, Fr. Reni Retno. 2006. *Pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan (studi empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)*. Padang. Makalah disampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi IX.
- Ariyoto, Kresnohadi, *et.al.*, .Good Corporate Governance dan Konsep Penegakannya di BUMN dan Lingkungan Usaha. Majalah Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta: nomor 10/TH.XXIX Oktober 2000.
- Belkaoui, A. and Karpik P. 1989. *Determinants of the corporate decision to disclose social information*. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 2(1): 36-51.
- Bidang Komunikasi Lingkungan Dan Pemberdayaan Masyarakat. 2011. *Pedoman CSR Bidang Lingkungan*. Jakarta: Kementrian Lingkungan Hidup.
- Chairiri, Anis dan Ghozali, Imam. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang; Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Damayanti, M. 2011. *Hubungan cengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) dengan kepemilikan Institusional pada Perusahaan Manufaktur Go Public Di Indonesia* .Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Deegan, C. Rankin, M., and Tobin, J. 2002. *An Examination Of The Corporate Social And Environmental Disclosures Of BHP From 1983-1997: A Test Of Legitimacy Theory*. *Auditing and Accountability*.
- Freeman, R. E. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston. Pitman.
- Forker, J.J. 1992. *Corporate Governance and Disclosure Quality*. *Accounting and Business Research*.
- Garret, P. and Heal, G. 2004. Professor of Public Policy and Corporate Responsibility, Columbia Business School.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gray, R, Owen D., dan Adams, C. . 1996. *Accounting and Accountability*, Prentice Hall Europe.
- GRI 2002. Sustainability reporting guidelines. *Global Reporting Initiative*.

- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Haniffa, R.M. & Cooke, T.E. 2002. *Culture, Corporate Governance and Disclosure in Malaysian Corporation*. ABACUS.
- Hazibuan, Muhammad Rizal. 2001. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap pengungkapan Sosial (Sosial Disclosure) dalam Laporan Tahunan Emiten di BEJ dan BES, Disertai Tidak Diterbitkan. Semarang: Program Pasca Sarjana Magister Universitas Diponegoro.
- Ho, S.S.M. and Wong, K.S. 2001. *A study of the relationship between corporate governance structure and the extent of voluntary disclosure*. Journal of International Accounting, Auditing and Taxation.
- Ikhsan, Arfan. 2008. *Akuntansi Lingkungan dan Pengungkapannya*. Yogyakarta: Grahal Ilmu
- Jogiyanto. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. Yogyakarta: BPFE
- Kaihatu, T. 2006. *Good Corporate Governance Di Indonesia*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol.8.No.1;1-9.
- Kartini, Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Sustainability Management dan Implementasi Di Indonesia*. Bandung: RefikaAditama.
- Kirana, R. S. 2009. *Studi Perbandingan Pengaturan Tentang Corporate Social Responsibility Di Beberapa Negara Dalam Upaya Perwujudan Prinsip Good Corporate Governance*. Tesis Program Studi Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret.
- Komite Nasional Kebijakan Governance. 1999. *Pedoman Good Corporate Governanace Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi Indonesia*. Jakarta.
- Lindblom, C. K. 1994. *The Implications of Organizational Legitimacy for Corporate Social Performance and Disclosure*, Critical Perspectives on Accounting Conference. New York.
- Rosmasita, Hardhina. 2007. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Sosial Disclosure) Dalam Laporan keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta. Jakarta: Program Studi Akuntansi Universitas Islam Indonesia.
- RudianSifa.2012. *Pengembangan CSR untuk Perusahaan* (<http://chipa-vanilafa.blogspot.com> diakses 25 juli 2013).
- Said, Roshima., Yuserrie, dan Hasnah. 2009. *The Relationship between Corporate Governance Characteristics in Malaysian Public Listed Companies*. *Social Responsibility Journal*. Vol.5, No.2.
- Sayekti, Y dan Wondabio, L. 2007. *Pengaruh CSR disclosure terhadap earning response coefficient (studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek Jaakarta)*, *Simposium Nasional Akuntansi X*.

- Sembiring, Eddy Rismanda. 2003. *Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan Pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Makalah disampaikan pada Simposium Nasional VI.
- Siegel, D. & Paul, C. J. M. 2001. *Do British companies really need a minister to make them socially responsible?*, *Parliamentary Brief*, : A Plant-Level Analysis. *American Journal of Agricultural Economic*.
- Sumodiningrat, edisi Oktober, 2007. *Regulasi Setengah Hati*. *Majalah Bisnis dan CSR*.
- Sutedi, Adrian. 2011. *Good Corporate Governance*. Jakarta: Sinar Grafika.
- The British Overseas Development Administration (ODA). 1995. Social Development Department called *Guidance Note on How to Do Stakeholder Analysis of Aid Projects and Programmes*.
- Udayasankar, Khrisna. 2007. Corporate Social Responsibility and Firm Size. *Journal of Business Ethics (2008) 83:167–175*. <http://www.springer.com>
Diakses tanggal 16 Maret 2013.
- Utama, Sidharta (2010). *Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia*. Yogyakarta. Universitas Gajah Mada.
- Waryanto, 2009. *Pengaruh Karakteristik Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Sosial responsibility (CSR) di Indonesia*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Xie, B., Wallace N., and Peter J. Daulton. . 2003. *Earnings management and corporate governance: the role of the board and the audit committee*.

LAMPIRAN