

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP  
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek  
Indonesia Periode Tahun 2010-2014)**

**(Skripsi)**

**Oleh**

**ERVINA**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2017**

## **ABSTRACT**

### **Effect Of Corporate Characteristics Of The Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) (Empirical Study on Manufacturing Companies That Listed in Indonesian Stock Exchange Period 2010-2014)**

**By**

**Ervina**

*This study aimed to examine the effect of corporate characteristics by using management ownership, size and profitability on the corporate social responsibility disclosure on manufacturing companies that listed in Indonesian Stock Exchange (IDX). The data used in this research is secondary data that obtained from the annual reports, the company sampled were 20 companies conducted by purposive sampling and the number of observations made during 2010-2014 was 100 items observations. Data analysis techniques used in this research is multiple regression analysis with SPSS 22.0 software, as well as the classic assumption test and hypotheses testing.*

*The results of this study showed that size has a negative significant effect on corporate social responsibility disclosure. Mean while management ownership and profitability has no significant effect on corporate social responsibility disclosure on companies that listed in the Indonesian Stock Exchange.*

***Keywords : Corporate Social Responsibility Disclosure, Ownership Management, Company Size, and Profitability.***

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2014)**

Oleh

**ERVINA**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh karakteristik perusahaan dengan menggunakan kepemilikan manajemen, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*), perusahaan yang diambil sebagai sampel 20 perusahaan yang dilakukan secara *purposive sampling* dan jumlah observasi yang dilakukan selama tahun 2010-2014 adalah 100 item observasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan bantuan software SPSS 22.0, serta pengujian asumsi klasik dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan kepemilikan manajemen dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

**Kata Kunci : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Kepemilikan Manajemen, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas.**

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP  
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek  
Indonesia Periode Tahun 2010-2014)**

Oleh

**ERVINA**

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
**SARJANA EKONOMI**

Pada

**Jurusan Akuntansi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2017**



Judul Skripsi : **PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN  
TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY* (CSR)  
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar  
di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2014)**

Nama Mahasiswa : **Ervina**


No. Pokok Mahasiswa : 0911031043

Jurusan : Akuntansi


Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



  
**Dr. Rindu Rika Gamayuni, S.E., M.Si.**  
NIP 19750620 200012 2 001

  
**Lego Wasposito, S.E., M.Si., Akt.**  
NIP 19790122 200912 1 001

2. Ketua Jurusan Akuntansi

  
**Dr. Farichah, S.E., M.Si., Akt.**  
NIP 19620612 199010 2 001



**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Rindu Rika Gamayuni, S.E., M.Si.** ..... 

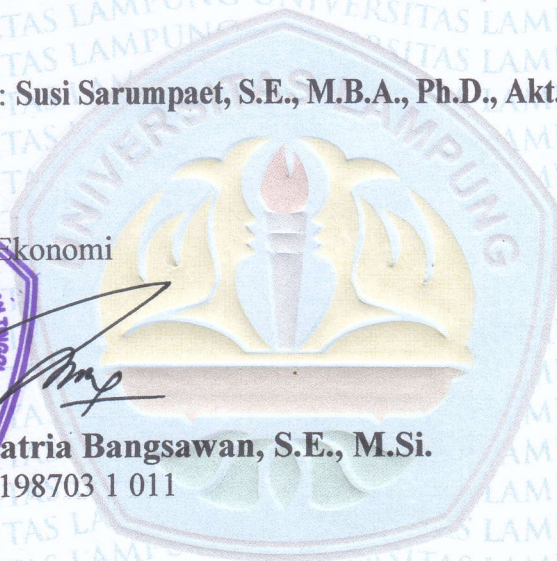
Sekretaris : **Lego Waspodo, S.E., M.Si., Akt.** ..... 

Penguji Utama : **Susi Sarumpaet, S.E., M.B.A., Ph.D., Akt.** ..... 

2. Dekan Fakultas Ekonomi



**Prof. Dr. Hi. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.**  
NIP. 19610904 198703 1 011



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **07 Februari 2017**



## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri dan ditulis dengan sungguh-sungguh. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan dari karya orang lain, kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan tata penulisan karya ilmiah yang lazim. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, 10 Februari 2017

Yang membuat pernyataan,



*Ervina*  
Ervina

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Tanjung Karang pada tanggal 21 Desember 1990, merupakan anak terakhir dari empat bersaudara dari pasangan Ayahanda Rahmat Amin dan Ibunda Aminah.

Jenjang pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis adalah menyelesaikan pendidikan Taman Kanak-Kanak Kartika II pada tahun 1997, Pendidikan Sekolah Dasar (SD) Negeri 1 Langkapura diselesaikan pada tahun 2003, Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 14 Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2006, dan Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) Perintis 2 Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2009.

Penulis terdaftar sebagai Mahasiswi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN) pada tahun 2009.



## **PERSEMBAHAN**

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada ALLAH SWT yang tak henti-hentinya melimpahkan berbagai kenikmatan-Nya, penulis mempersembahkan skripsi ini untuk :

Kedua orangtuaku tercinta Ayahanda Rahmat Amin & Ibunda Aminah, motivator terbesar dalam hidupku yang tak pernah jemu mendoakan untuk keberhasilanku, atas segala cinta dan kasih sayang yang begitu ikhlas, semua dukungan yang diberikan serta segala pengorbanan dan kesabaran telah mengatarku sampai kini.

Kakak-kakakku Ivan Andriansyah, Hairul Ansori, dan Dina Amelia yang selalu memberi semangat, mendukung dan memotivasi untuk keberhasilanku.

Seluruh Keluarga Besar yang selalu berdoa dan menanti keberhasilanku.

Kupersembahkan skripsi ini untuk bukti dunia pendidikanku.

Almamater tercinta “Universitas Lampung”.

## **MOTO**

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain dan hanya kepada ALLAH SWT hendaknya kamu berharap.

( QS : Al-Insyirah 6-8 )

Kekuatan adalah sumber keberhasilan. Perjuangkan dan pertahankan semua yang harus kamu dapatkan agar kelak merasakan kebahagiaan.

( Ervina )

## SANWACANA

Assalamualaikum. Wr. Wb

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis ucapkan kehadirat ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2014)”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan guna melengkapi dan memenuhi sebagian persyaratan untuk meraih gelar sarjana Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi di Universitas Lampung.

Penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan berupa pengarahan, bimbingan, dan kerjasama semua pihak yang telah turut membantu dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Dengan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Farichah, S.E., M.Si., Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Yuztitya Asmaranti, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Lampung.



4. Ibu Susi Sarumpaet, S.E., M.B.A., Ph.D., Akt. selaku Pembimbing Akademik dan selaku penguji utama, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan begitu banyak saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Rindu Rika Gamayuni, S.E., M.Si. selaku pembimbing I, dengan penuh kesabaran telah banyak membantu dan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Lego Waspodo, S.E., M.Si., Akt. selaku pembimbing II yang telah dengan sabar memberikan begitu banyak masukan, motivasi, bimbingan dan bersedia meluangkan waktu dalam penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, terima kasih atas segala ilmu bermanfaat yang telah diberikan, semoga Allah SWT membalas jasa-jasa dengan limpahan rizeki yang tiada henti.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah banyak membantu.
9. Kedua orang tuaku tercinta Ayahanda Rahmat Amin dan Ibunda Aminah yang telah dengan sabar, penuh kasih sayang dan cinta dalam mendidiku dan membesarkanku, memberikan segala hal untuk mencukupi kebutuhanku, serta memberikan doa, semangat dan motivasi yang tiada henti untukku dengan segala pengorbanannya selama ini.
10. Ketiga kakakku Ivan Andriansyah, Hairul Ansori dan Dina Amelia yang telah memberikan segala bentuk dukungan, motivasi dan semangat tiada henti dalam menyelesaikan skripsi ini. Atas semua kebahagiaan, keceriaan dan kebersamaan yang selalu memberikan keindahan.

11. Kakak-kakak iparku Rita Susilawati, Alpharita Cathartica dan abangku Hamid Rizali Siregar yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Keempat keponakanku Khaira Amadea, Farhan Arya Satya, Ameera Clyantha Ansori dan Rafif Azzami Siregar yang telah memberikan hiburan dan semangat dalam penulisan skripsi ini.
13. Semua keluargaku ayah Mahmud & Mami Ros, Engah Fatimah, Om Iwan & Tante Alawiyah, serta Om Kardi & Maksu Tati yang selalu mendo'akan dan memberikan semangat kepadaku untuk menyelesaikan skripsi ini,
14. Sepupu-sepupu dan kakakku Sofi Irma, uni Rafika, Ami Ramadhan, Nisma Faturahmi, Fitra Darmawan, Al Mirza, Lutfi Agus, Eko Prasetyo, adik-adikku Arief, Fikqi dan Anggi yang tiada henti memberikan hiburan dan semangat, motivasi serta dukungan dan bantuan selama penulisan skripsi ini.
15. Temanku terkasih Afrizal yang selamanya tetap melekat dihatiku, atas segala pengertian dan perhatian, semangat yang telah memotivasi tiada henti, serta dukungan dan bantuan selama penulisan untuk menyelesaikan skripsi ini.
16. Sahabat-sahabat tersayang Dias, Fenty, Catur, Pujianti, Verson, Giya, Kori, Ulfa, Monalisa, Reni, Obit, Pipit, Aji, Baysa, Fajar, Fikri, Dani, Septian dan Yefri yang telah memberikan begitu banyak dukungan, bantuan, semangat, motivasi dan saran dalam penulisan skripsi ini.
17. Teman-teman kampus terbaikku Marichel S.E, Dedy Prastyo S.E, Diah Martha S.E, Fransisca Oktavia S.E, Harun Aksa S.E, Lady Ayu Libria Putri S.E, Paramita Uli S.E, Rizky Febriyana S.E, Tuti Ferawati S.E, Yanita

Amalia, Yusi Takasikam yang selalu memberi dukungan dan segala bantuan pembelajaran untuk penulis.

18. Teman-teman Akuntansi angkatan 2009 dan teman-teman KKN, atas semua bantuannya selama ini.
19. Bapak Sobari, Mbak Tina, Mpok Nur, Mas Leman, Mas Yana, Mas Yogi dan Mas Ruly selaku Staf Administrasi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
20. Semua pihak yang telah banyak membantu dan mendoakan dalam upaya penulisan skripsi ini serta memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi, mohon maaf jika penulis tidak menyebutkan satu persatu.

Penulis berharap semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, dan hidayah-Nya kepada kita semua, Akhirnya setelah lama saya melewati semua kendala, skripsi ini telah selesai dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.  
Terima Kasih.

Wassalamualaikum. Wr. Wb

Bandar Lampung, 10 Februari 2017  
Penulis,

**Ervina**



## DAFTAR ISI

### Halaman

#### DAFTAR ISI

#### DAFTAR TABEL

#### DAFTAR GAMBAR

#### DAFTAR LAMPIRAN

<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1	Latar Belakang Masalah .....	1
1.2	Rumusan dan Batasan Masalah .....	7
1.2.1	Rumusan Masalah .....	7
1.2.2	Batasan Masalah .....	8
1.3	Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
1.3.1	Tujuan Penelitian .....	8
1.3.2	Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II</b>	<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1	Landasan Teori .....	10
2.1.1	Teori Legitimasi ( <i>Legitimacy Theory</i> ) .....	10
2.1.2	Teori Agensi ( <i>Agency Theory</i> ) .....	12
2.2	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) .....	14
2.2.1	Definisi Pengungkapan ( <i>Disclosure</i> ) .....	14
2.2.2	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) .....	15
2.2.3	Akuntansi Pertanggung Jawaban Sosial .....	20
2.3	Karakteristik Perusahaan .....	23
2.3.1	Kepemilikan Manajemen .....	23
2.3.2	Ukuran Perusahaan ( <i>Size</i> ) .....	25

2.3.3	Profitabilitas .....	26
2.4	Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	28
2.5	Pengembangan Hipotesis .....	30
2.5.1	Pengaruh Kepemilikan Manajemen Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	30
2.5.2	Pengaruh Ukuran Perusahaan ( <i>Size</i> ) Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	31
2.5.3	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	32
2.6	Kerangka Penelitian .....	34
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1	Populasi dan Sampel Penelitian .....	35
3.2	Jenis dan Sumber Pengumpulan Data .....	37
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.4	Operasional Variabel Penelitian .....	38
3.4.1	Karakteristik Perusahaan .....	39
3.4.1.1	Kepemilikan Manajemen .....	39
3.4.1.2	Ukuran Perusahaan ( <i>Size</i> ) .....	40
3.4.1.3	Profitabilitas .....	40
3.4.2	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	41
3.5	Metode Analisis Data .....	42
3.5.1	Statistik Deskriptif .....	42
3.5.2	Pengujian Asumsi Klasik .....	42
3.5.2.1	Uji Normalitas .....	43
3.5.2.2	Uji Multikolinearitas .....	44
3.5.2.3	Uji Heteroskedastisitas .....	44
3.5.2.4	Uji Autokorelasi .....	45
3.5.3	Analisis Regresi .....	46
3.6	Pengujian Hipotesis .....	47
3.6.1	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	47
3.6.2	Uji F .....	47

3.6.3	Uji T-Test .....	48
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
4.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	49
4.2	Pengujian Asumsi Klasik .....	50
4.2.1	Uji Normalitas .....	50
4.2.2	Uji Multikolinearitas .....	52
4.2.3	Uji Heteroskedastisitas .....	53
4.2.4	Uji Autokorelasi .....	54
4.3	Analisis Regresi Berganda .....	55
4.4	Pengujian Hipotesis .....	57
4.4.1	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	57
4.4.2	Uji Uji F .....	58
4.4.3	Uji Uji T-Test .....	59
4.5	Pembahasan .....	61
4.5.1	Pengaruh Kepemilikan Manajemen Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	61
4.5.2	Pengaruh Ukuran Perusahaan ( <i>Size</i> ) Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	62
4.5.3	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	64
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>66</b>
5.1	Kesimpulan .....	66
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	67
5.3	Saran .....	68

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

**Tabel :**

	<b>Halaman</b>
2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	28
3.1 Penentuan Sampel Penelitian .....	36
3.2 Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur .....	37
4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	49
4.2 Hasil Uji Normalitas .....	51
4.3 Hasil Uji Multikolinearitas .....	53
4.4 Hasil Uji Autokorelasi .....	55
4.5 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	56
4.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	58
4.7 Hasil Uji Uji F .....	58
4.8 Hasil Uji T-Test .....	59

## DAFTAR GAMBAR

**Gambar :**

	<b>Halaman</b>
2.1 Kerangka Penelitian .....	34
4.1 Grafik Normal P-Plot .....	52
4.2 Grafik <i>Scatterplot</i> .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran :

1. Daftar Sample Penelitian, Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2014.
2. Daftar Indeks Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
3. Perhitungan Data Penelitian.
  - 3a. Tabel Perhitungan Kepemilikan Manajemen.
  - 3b. Tabel Perhitungan Ukuran Perusahaan.
  - 3c. Tabel Perhitungan Profitabilitas.
  - 3d. Tabel Perhitungan *Checklist Item CSR*.
4. Data Mentah Penelitian, Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2014.
5. Olah Data Sampel Penelitian, Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2014.
6. Data Output Penelitian, Perhitungan Statistik Deskriptif dan Regresi.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang tidak hanya peduli pada upaya peningkatan terhadap ragam dan kualitas produknya saja, namun juga yang memiliki komitmen penuh dan tanggung jawab serta kepekaan terhadap lingkungan sosial di manapun ia berada. Kepedulian tersebut direalisasikan perseroan melalui program pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu sebuah konsep yang menggambarkan suatu perusahaan yang memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek kegiatan operasional perusahaan.

Di Indonesia pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) telah mendapat perhatian yang cukup besar oleh masyarakat. Hal ini dilatarbelakangi oleh berbagai kasus yang terjadi seperti, masyarakat yang protes atas pencemaran lingkungan akibat meningkatnya polusi udara dan limbah industri yang dilepas ke lingkungan, penggundulan hutan secara terus-menerus, buruknya kualitas dan keamanan produk, eksploitasi sumber daya alam secara berlebihan, penyerobotan lahan, penyalahgunaan investasi dan lain-lain. Sehingga dapat menyebabkan hubungan yang tidak harmonis antara perusahaan dengan lingkungan sosial.

Untuk itu masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya.

Fenomena yang paling nyata terjadi di Indonesia beberapa tahun terakhir ini, contohnya seperti bencana kebakaran hutan yang terjadi di daerah Sumatera dan Kalimantan. Kasus lain disebabkan dengan adanya pencemaran lingkungan yang mengganggu ekosistem akibat limbah industri perusahaan dari penambangan minyak dan gas. Kasus lumpur PT Lapindo Brantas di Sidoarjo Jawa Timur, dengan debit semburan lumpur dari perut bumi yang sampai saat ini pun belum juga ditemukan penyelesaiannya. Peristiwa-peristiwa tersebut telah membuktikan betapa lemahnya pengungkapan CSR di Indonesia. Masyarakat telah dirugikan dengan kehilangan penghasilannya dan harus meninggalkan tempat tinggal mereka. Selain itu negara juga menanggung semua kerugian yang sangat besar, dimana negara mengalokasikan dana APBN dalam jumlah yang besar tersebut sebagai upaya penanggulangan bencana (Wibisono, 2007).

Di Indonesia perkembangan usaha menjadi semakin pesat, maka persoalan yang dihadapi oleh perusahaan akan semakin banyak dan semakin sulit. Pada saat ini, pihak-pihak manajerial perusahaan semakin menyadari bahwa perusahaan tidak lagi dihadapkan dengan tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya (Husnan dan Pudjiastuti, 2007).

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 2009) paragraf 9, secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan

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

Dari pernyataan PSAK diatas, telah menunjukkan kepedulian akuntansi akan masalah-masalah lingkungan sosial yang merupakan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Melalui pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang merupakan bagian dari akuntansi pertanggungjawaban sosial akan mengkomunikasikan informasi sosial kepada *stakeholders*. Maka dalam hal ini, akuntansi yang sebagai alat pertanggungjawaban sosial mempunyai fungsi sebagai alat kendali perusahaan terhadap aktivitas suatu unit usaha. Pertanggungjawaban sosial bukan merupakan fenomena sosial baru, melainkan merupakan akibat dari semakin meningkatnya isu lingkungan di akhir tahun 1980-an (Rosmasita, 2007).

Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007 (pasal 74 ayat 1), disebutkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang dalam pelaksanaan dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran (pasal 74 ayat 2).

Perusahaan yang menjalankan model bisnisnya dengan berpijak pada prinsip-prinsip etika bisnis dan manajemen pengelolaan sumber daya alam yang *strategic*

dan *sustainable* akan dapat menumbuhkan citra positif serta mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat. Keberadaan sebuah perusahaan dalam masyarakat dapat memberikan dua aspek penting yang harus diperhatikan, terciptanya kondisi sinergis untuk membawa perubahan ke arah yang lebih baik dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungan (*profit*) bagi kepentingan pembangunan yang memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*), dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional yang merupakan wujud nyata dari pelaksanaan CSR di Indonesia dalam upaya penciptaan kesejahteraan bagi masyarakat (Wibisono, 2007).

Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) memainkan peranan penting bagi perusahaan karena perusahaan hidup di tengah-tengah lingkungan masyarakat dan aktivitasnya memiliki dampak sosial dan lingkungan. Dampak dari aktivitas-aktivitas sosial dan lingkungan perusahaan tersebut berbeda-beda tergantung pada jenis atau karakteristik perusahaan. Dalam penelitian ini, karakteristik perusahaan yang digunakan yaitu kepemilikan manajemen, ukuran perusahaan (*size*), dan profitabilitas. Karakteristik perusahaan sebagai faktor-faktor yang diduga mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Karakteristik perusahaan dapat menjelaskan variasi luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan, karakteristik perusahaan merupakan prediktor kualitas pengungkapan (Lang and Lundholm, 1993).

Penelitian mengenai karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu dan terdapat beberapa dari penelitian



yang telah dilakukan menunjukkan adanya perbedaan hasil. Penelitian Anggraini (2006) menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), menyatakan bahwa kepemilikan manajemen yang besar akan sangat berpengaruh dan berdampak pada keputusan manajemen yang akan diambil. Semakin besar kepemilikan manajemen dalam perusahaan akan sangat berpengaruh/ berdampak kepada keputusan manajemen yang menyebabkan tekanan terhadap pihak manajemen untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan secara lebih luas. Namun ketidakkonsistenan hasil ditunjukkan oleh penelitian Said *et. al.* (2009) yang menemukan bahwa kepemilikan manajemen tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian terdahulu Sembiring (2005), yang menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan (*size*) terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan. Namun sebaliknya hasil penelitian Anggraini (2006) tidak menemukan adanya pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan (*size*) terhadap pengungkapan CSR. Menurut Cowen *et. al.* (1987) dalam Sembiring (2005), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktifitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas. Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian Sitepu (2009) yang menemukan adanya pengaruh signifikan antara profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Namun sebaliknya hasil penelitian Sembiring (2005) tidak berhasil membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Menurut Widiastuti (2002), menyatakan bahwa rentabilitas ekonomi dan *profit margin* yang tinggi akan mendorong untuk memberikan informasi yang lebih terperinci. Profitabilitas menunjukkan kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan secara lebih luas dari setiap kegiatan operasinya.

Praktik pengungkapan CSR telah banyak sekali diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia, khususnya di perusahaan manufaktur. Pemilihan obyek penelitian yang digunakan fokus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan alasan, pelaksanaan CSR pada perusahaan-perusahaan manufaktur umumnya lebih banyak memberikan pengaruh atau dampak terhadap lingkungan sosial karena akibat dari aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan dapat memenuhi segala aspek pada tema pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Penelitian ini menggunakan periode pengamatan dari tahun 2010 sampai 2014 sebab pada periode tahun tersebut masih terdapat beberapa perusahaan manufaktur yang memiliki permasalahan dengan lingkungan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar aktivitas operasional perusahaan. Beberapa penelitian terdahulu masih terdapat ketidak konsistenan hasil atas faktor-faktor yang mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan sehingga perlu diuji ulang

dengan sampel dan periode yang berbeda. Pengujian ulang pada penelitian ini ditunjukkan untuk menyakinkan bahwa faktor-faktor tersebut dapat menggambarkan penyebab sebuah perusahaan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR): Sebuah studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2010-2014”** dengan alasan untuk mengetahui apakah kepemilikan manajemen, ukuran perusahaan dan profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

## **1.2 Rumusan dan Batasan Masalah**

### **1.2.1 Rumusan Masalah**

Perusahaan manufaktur sangat dekat dengan investor, kreditor, pemerintah dan lingkungan sosial. Perusahaan ini perlu melakukan pengungkapan sukarela (pengungkapan sosial). Maka sangat perlu adanya pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam prakteknya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan?

3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan?

### **1.2.2 Batasan Masalah**

Penelitian ini hanya untuk mengetahui pengaruh karakteristik perusahaan (kepemilikan manajemen, ukuran perusahaan dan profitabilitas) terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur. Hanya perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2014 saja yang menjadi ruang lingkup penelitian.

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang telah didapat, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR, yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur?
2. Pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur?
3. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur?

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Dalam suatu penelitian harus memiliki manfaat yang sangat penting, demikian pula dengan penelitian ini. Adapun hasil dari penelitian ini yang diharapkan dapat memberi manfaat lebih bagi:

1. Penulis, memberikan pelajaran berarti untuk meningkatkan pemahaman dalam pengembangan ilmu ekonomi dan memberikan modal atau bekal tambahan pengetahuan tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam memasuki dunia kerja.
2. Perusahaan, memberikan wacana tentang pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan, terutama pada perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia untuk memperhatikan lingkungan alam disekitar perusahaan.
3. Akademisi, menjadi bahan referensi dan perbandingan dalam penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan disamping sebagai sarana untuk menambah wawasan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

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

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan dapat bertahan apabila masyarakat disekitar perusahaan merasa bahwa perusahaan melakukan aktivitas bisnisnya sesuai dengan sistem nilai yang dimiliki masyarakat (Gray et. al., 1996). Keberadaan perusahaan dalam masyarakat disebabkan dengan adanya dukungan dari masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Jika perilaku perusahaan dan cara-cara yang digunakan saat menjalankan bisnis sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan oleh masyarakat, maka perusahaan akan merasa keberadaan dan aktivitas sosialnya mendapat "status" dari masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan tersebut beroperasi dan dapat dikatakan terlegitimasi.

Menurut Ghazali dan Chariri (2007), yang melandasi teori legitimasi adalah kontrak sosial (*social contract*) yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Dalam legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat berisi sejumlah hak dan kewajiban. Kontrak sosial akan mengalami perubahan sejalan dengan

perubahan kondisi masyarakat. Namun, apapun perubahan yang terjadi di dalam kontrak sosial tersebut tetaplah merupakan dasar bagi legitimasi bisnis perusahaan. Kontrak sosial yang akan menjadi wahana bagi sebuah perusahaan untuk menyesuaikan berbagai tujuan perusahaan dengan tujuan-tujuan masyarakat yang pelaksanaannya dimanifestasikan dalam bentuk tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) perusahaan.

Chariri (2008) mengatakan bahwa kegiatan perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan, sehingga praktik pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. Legitimasi perusahaan dapat ditingkatkan melalui tanggung jawab sosial perusahaan atau disebut juga dengan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sangat diperlukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat, agar tidak terjadi konflik sosial dan lingkungan. Selain itu pula, praktik pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan, dalam pengaruh yang baik maupun dampak yang buruk. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan untuk menggambarkan kesan tanggung jawab sosial lingkungan, sehingga perusahaan diterima oleh masyarakat. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan, sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan. Hal tersebut dapat mendorong atau



membantu para investor dalam melakukan pengambilan keputusan investasi dalam perusahaan.

### **2.1.2 Teori Agensi (*Agency Theory*)**

Hubungan keagenan terjadi ketika *principal* merekrut dan mendelegasikan wewenang kepada *agent*. Di dalam *agency theory*, *principal* sebagai pemegang saham mendelegasikan proses pengambilan keputusan sehari-hari kepada manajemen perusahaan. *Principal* memiliki keterbatasan dalam hal mengawasi aktivitas sehari-hari manajer dalam mengelola perusahaan. Dalam menjalankan aktivitas operasi perusahaan, *agent* dapat memilih keputusan yang memaksimalkan utilitasnya, dan bertentangan dengan harapan *principal* untuk memaksimalkan kepentingan pemegang saham. Kondisi tersebut yang menimbulkan adanya *asymetri information* yang pada akhirnya menyebabkan *agency problem*. Konflik atau masalah keagenan yang muncul tersebut dapat mengurangi nilai perusahaan. *Principal* dapat membatasi tindakan *agent* dengan melakukan pengendalian yang tepat untuk memastikan kepentingannya terpenuhi (Jensen dan Meckling, 1976).

Beberapa pendapat yang menjelaskan teori agensi dalam pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Teori agensi menjelaskan hubungan antara prinsipal (pemegang saham) dengan agen (manajemen). Praktik *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan dan pengungkapannya juga dikaitkan dengan *agency theory* (Cowen et. al., 1987). Prinsipal (pemegang saham) merupakan pihak yang memberikan mandat kepada agen untuk bertindak atas nama prinsipal, sedangkan agen (manajemen) merupakan pihak yang diberi amanat oleh prinsipal untuk menjalankan perusahaan. Agen berkewajiban untuk

dapat mempertanggungjawabkan apa yang telah diamanahkan oleh prinsipal kepadanya. Teori keagenan dasar yang digunakan untuk memahami pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Konflik keagenan muncul karena prinsipal tidak mempunyai informasi yang cukup tentang kinerja agen. Agen yang lebih banyak mempunyai informasi mengenai kapasitas diri, lingkungan kerja, kinerja, dan perusahaan secara keseluruhan. Karena asimetri informasi tersebut yang menimbulkan konflik keagenan, maka prinsipal akan berusaha untuk memonitor aktivitas agen di dalam perusahaan.

Pengungkapan merupakan salah satu alat yang penting untuk mengatasi masalah keagenan antara pemilik dan manajemen, karena dianggap sebagai upaya untuk mengurangi asimetri informasi (Mahdiyah, 2008). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu komitmen manajemen untuk meningkatkan kinerjanya terutama dalam kinerja sosial. Dengan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), manajemen akan mendapatkan penilaian positif dari para *stakeholders*. *Stakeholders* berupaya mendorong adanya pengungkapan yang membuat *stakeholders* mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk mengevaluasi manajemen dan juga untuk mengurangi *agency cost* yang dikeluarkan *stakeholders* pada perusahaan.

Menurut Sembiring (2005), semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Perusahaan yang besar cenderung akan mengungkapkan tanggung jawab sosial secara lebih luas. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang

besar, hal tersebut menyebabkan perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan semua informasi sosial daripada perusahaan kecil.

## **2.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

### **2.2.1 Definisi Pengungkapan (*Disclosure*)**

Pengungkapan (*Disclosure*) memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Apabila dikaitkan dengan data, *disclosure* berarti memberikan manfaat kepada pihak yang memerlukan. Apabila dikaitkan dengan laporan keuangan, *disclosure* mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktifitas suatu unit usaha (Chariri dan Ghozali, 2007). Pengungkapan merupakan hal yang sangat penting bagi pengambilan keputusan optimal para investor dan untuk meningkatkan kemajuan pasar modal yang stabil.

Menurut Hendriksen (1994), mendefinisikan pengungkapan sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan dalam laporan keuangan dikelompokkan menjadi dua, yaitu pengungkapan yang bersifat wajib (*mandatory disclosure*), dan pengungkapan yang bersifat sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan wajib yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu. Pengungkapan sukarela merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku. Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudited* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu). Oleh karena itu, setiap perusahaan

mempunyai kebebasan untuk mengungkapkan informasi sosial yang tidak diharuskan oleh badan penyelenggara pasar modal. Keragaman dalam pengungkapan disebabkan oleh perusahaan yang dikelola oleh manajemen yang memiliki pandangan filosofi manajerial berbeda-beda dan keluasan yang berkaitan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) kepada masyarakat.

Sedangkan pengertian pengungkapan dalam Kamus istilah Akuntansi (Aliminsyah dan Padji, 2003) adalah:

*Disclosure* (pengungkapan/penjelasan) adalah informasi yang diberikan sebagai lampiran/pelengkap bagi laporan keuangan dalam bentuk catatan kaki atau tambahan (*suplemen*). Informasi ini memberikan suatu elaborasi atau penjelasan tentang posisi keuangan dan hasil operasi perusahaan.

### **2.2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)**

Tanggung jawab perusahaan adalah suatu kewajiban perusahaan yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa, baik bagi masyarakat maupun juga dalam mempertahankan kualitas lingkungan sosialnya secara fisik maupun memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Perusahaan bertanggung jawab secara sosial ketika manajemennya memiliki visi atas kinerja operasionalnya, tidak hanya mengutamakan atas laba/profit perusahaan tetapi juga dalam menjalankan aktivitasnya, memperhatikan lingkungan yang ada disekitarnya. Perusahaan tidak hanya memandang laba sebagai satu-satunya tujuan dari perusahaan tetapi ada tujuan yang lainnya yaitu kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, karena perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray et. al., 1987).

Ada beberapa definisi tentang CSR yang menunjukkan keragaman pengertian dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* didefinisikan sebagai komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. Sedangkan menurut CSR Asia mendefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan, seraya menyeimbangkan beragam kepentingan para *stakeholders* (Jalal, 2007).

Pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* akan lebih berdampak positif bagi masyarakat, ini akan sangat tergantung dari orientasi, kapasitas lembaga dan organisasi lain, terutama pemerintah. Studi Bank Dunia telah menunjukkan, peran pemerintah yang terkait dengan CSR meliputi pengembangan kebijakan yang menyehatkan pasar, keikutsertaan sumber daya, dukungan politik bagi pelaku CSR, menciptakan insentif dan peningkatan kemampuan organisasi. Lembaga keuangan global ini mendefinisikan *corporate social responsibility (CSR)* adalah suatu komitmen dari bisnis untuk berkontribusi bagi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan sehingga berdampak baik bagi bisnis sekaligus baik bagi kehidupan sosial.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di

bidang hukum (Anggraini, 2006). Penerapan CSR dalam perusahaan-perusahaan diharapkan selain memiliki komitmen finansial kepada pemilik atau pemegang saham (*shareholders*), tapi juga memiliki komitmen sosial terhadap para pihak lain yang berkepentingan, karena CSR merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan dalam jangka panjang.

Menurut Adam dan Zutshi (2004) dalam Resturiyani (2012), CSR (*corporate social responsibility*) dapat memberi banyak manfaat yaitu:

1. Peningkatan profit bagi perusahaan dan kinerja finansial yang lebih baik.
2. Menurunkan risiko benturan dengan komunitas masyarakat sekitar.
3. Mampu meningkatkan reputasi perusahaan tersebut yang juga merupakan bagian dari pembangunan citra perusahaan (*corporate image building*).

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 2009) Paragraf 9, secara implisit yang menyatakan bahwa: “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting bagi perusahaan yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”.

Dari berbagai definisi *corporate social responsibility* (CSR) di atas, terdapat beberapa pengertian CSR. Tafsiran yang lebih operasional adalah "Upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan untuk mencapai tujuan

pembangunan berkelanjutan (*Lingkar study CSR Indonesia*)". Entitas bisnis yang dimaksud tentunya adalah perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sosialnya yang turut serta merasakan dampak atas aktivitas-aktivitas operasional perusahaan di lingkungan sosial. Pelaksanaan CSR diwujudkan untuk terjaga keseimbangan diantara pelaku bisnis agar semua pihak tidak ada yang dirugikan dan mensejahterakan masyarakat atas dasar kesadaran bahwa perusahaan merupakan bagian yang tidak terpisah dari masyarakat.

Di Indonesia *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin menguat terutama setelah dinyatakan dengan tegas dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007, yang telah disahkan oleh DPR. Disebutkan bahwa Perseroan Terbatas yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 74 ayat 1). Undang-Undang Perseroan Terbatas tidak menyebutkan secara rinci berapa besaran biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk CSR, serta sanksi bagi yang melanggar. Pada ayat 2, 3 dan 4 hanya disebutkan bahwa CSR (*corporate social responsibility*) merupakan kewajiban perseroan yang "dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang dalam pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran".

Perseroan Terbatas yang tidak melakukan CSR (*Corporate Social Responsibility*) akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan.



Ketentuan lebih lanjut mengenai *corporate social responsibility* (CSR) ini baru akan diatur oleh Peraturan Pemerintah, hingga kini belum dikeluarkan. Peraturan lain yang menyentuh CSR adalah Undang-Undang No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, pasal 15 (b) menyatakan bahwa "Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan". Meskipun Undang-Undang ini telah mengatur sanksi-sanksi secara terperinci terhadap badan usaha atau usaha perseorangan yang mengabaikan CSR (pasal 34), Undang-Undang ini baru mampu menjangkau investor asing dan belum mengatur secara tegas perihal CSR bagi perusahaan nasional. Jika dicermati, peraturan tentang *corporate social responsibility* (CSR) yang relatif lebih terperinci adalah Undang-Undang No.19 Tahun 2003 tentang BUMN. Undang-Undang ini kemudian dijabarkan lebih jauh oleh Peraturan Menteri Negara BUMN No.4 Tahun 2007 yang mengatur mulai dari besaran dana hingga tatacara pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR). Seperti yang diketahui, praktik *corporate social responsibility* (CSR) milik BUMN adalah Program Kemitraan dan Bina Lingkungan.

Program Kemitraan adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Program Bina Lingkungan adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Dimana dana Program Kemitraan digunakan sebagai pemberdayaan ekonomi masyarakat, sedangkan Bina Lingkungan digunakan sebagai pemberdayaan kondisi sosial. (Peraturan Menteri Negara BUMN No: PER-05/MBU/2007).

### 2.2.3 Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

Ivanna (2006), ada ide dasar yang mendasari perlu dikembangkannya akuntansi pertanggungjawaban sosial adalah tuntutan terhadap perluasan tanggung jawab perusahaan. Ruang lingkup akuntansi pertanggungjawaban sosial untuk mengarah pada bidang-bidang yang menjadi tujuan sosial perusahaan.

Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) merupakan bagian dari akuntansi pertanggungjawaban sosial yang akan mengkomunikasikan informasi sosial kepada *stakeholders*. Pengungkapan informasi CSR 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).

Peran akuntansi menurut Hendriksen (1994), menyebutkan bahwa akuntansi secara teoritis mensyaratkan perusahaan harus melihat lingkungannya antara lain masyarakat, konsumen, pekerja, pemerintah dan pihak lain yang dapat menjadi pendukung jalannya operasional karena pergeseran tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam siklus akuntansi sosial menjelaskan bahwa akuntansi sosial dilaksanakan atas dasar aktivitas sosial yang dijalankan oleh suatu entitas bisnis, lalu selanjutnya akan diproses berdasarkan prinsip, metode, konsep akuntansi untuk diungkapkan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Kemudian dari informasi yang dihasilkan, pengguna informasi akan dapat menentukan kebijakan selanjutnya untuk aktivitas sosial dan kebijakan untuk lingkungan sosial entitas bisnis yang dijalankan. Situasi dan kondisi seperti ini yang dapat menuntut suatu entitas bisnis untuk mampu mengakses kepentingan lingkungan sosialnya, yang diikuti dengan pengungkapan dan pelaporan kepada pihak-pihak yang

berkepentingan sehingga melahirkan sebuah laporan (*output*) yang mendeskripsikan segala aspek yang dapat mendukung kelangsungan sebuah entitas bisnis. Disini peran akuntansi sangat diharapkan dapat merespon lingkungan sosialnya sebagai perwujudan kepekaan dan kepedulian entitas bisnis terhadap lingkungan sosialnya (Ivanna, 2006).

Tema pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) yang dikemukakan Hackston dan Milne (1996) terdiri dari tujuh tema yaitu: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) akan dilihat berdasarkan ketujuh tema tersebut, dan dijabarkan ke dalam 78 item pengungkapan yang telah disesuaikan dengan kondisi yang ada di Indonesia sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Ketujuh tema pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*), diantaranya sebagai berikut ini:

1. Lingkungan

Pengendalian polusi kegiatan operasi perusahaan, memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi, pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan, konservasi sumber alam, penggunaan material daur ulang, menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan pengolahan limbah, mempelajari dampak lingkungan, dan perlindungan lingkungan hidup.

2. Energi

Menggunakan energi secara lebih efisien, memanfaatkan barang bekas, membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi, pengungkapan

peningkatan efisiensi energi dari produk, riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi, dan mengungkapkan kebijakan energi perusahaan.

### 3. Kesehatan dan keselamatan tenaga kerja

Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja, mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental, mengungkapkan statistik kecelakaan kerja, mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja, menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja, menetapkan suatu komite keselamatan kerja.

### 4. Lain-lain tenaga kerja

Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja, mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja, mengungkapkan persentase gaji untuk pensiun, mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan, mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan, mengungkapkan tingkatan managerial yang ada, mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka.

### 5. Produk

Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, pengungkapan informasi proyek riset, membuat produk lebih aman untuk konsumen, melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan, pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk, pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan.

### 6. Keterlibatan masyarakat

Sumbangan tunai atau produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni, tenaga kerja paruh waktu (*part-time employment*), sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat, sebagai sponsor untuk konferensi

pendidikan, membiayai program beasiswa, membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat.

#### 7. Umum

Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dan informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas.

### **2.3 Karakteristik Perusahaan**

Karakteristik perusahaan dapat menjelaskan variasi luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan, karakteristik perusahaan merupakan prediktor kualitas pengungkapan (Lang *and* Lundholm, 1993). Setiap perusahaan pasti memiliki karakteristik yang berbeda-beda antara entitas yang satu dengan yang lain. Dalam penelitian ini, karakteristik perusahaan yang mempengaruhi pengungkapan sosial diproksikan kedalam kepemilikan manajemen, ukuran perusahaan (*size*), dan profitabilitas.

#### **2.3.1 Kepemilikan Manajemen**

Kepemilikan manajemen yang besar akan sangat berpengaruh dan berdampak pada keputusan manajemen yang akan diambil dalam sebuah perusahaan. Salah satu keputusan tersebut adalah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai transparansi kepada *stakeholders*. Hal ini dikarenakan adanya kepemilikan manajemen yang besar akan menyebabkan tekanan terhadap manajemen untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan secara lebih luas.

Menurut Faizal (2004), menyatakan bahwa kepemilikan manajemen adalah persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh direksi, manajer dan dewan komisaris. Dengan adanya kepemilikan manajemen dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan dugaan yang menarik bahwa nilai perusahaan meningkat sebagai akibat kepemilikan manajemen yang meningkat.

Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut (Gray et. al., 1998). Semakin besar kepemilikan manajemen di dalam perusahaan, maka manajer perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan dari kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan di dalam program pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Manajemen perusahaan yang sadar dan memperhatikan masalah lingkungan sosial juga akan memajukan kemampuan yang diperlukan untuk menggerakkan kinerja keuangan pada perusahaan.

Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. Berdasarkan teori keagenan, diketahui bahwa kepentingan manajer selaku pengelola perusahaan akan dapat berbeda dengan kepentingan pemegang saham (Elloumi dan Gueyie, 2001 dalam Anggraini, 2006). Manajer dapat mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan kesejahteraan pribadinya, hal ini berlawanan dengan upaya manajer untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham perusahaan. Konflik kepentingan yang sangat potensial ini menyebabkan pentingnya suatu mekanisme yang diterapkan guna melindungi kepentingan pemegang saham (Jensen dan Meckling, 1976).

### 2.3.2 Ukuran Perusahaan (Size)

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan salah satu variabel independen (variabel bebas) yang banyak digunakan untuk menjelaskan mengenai variasi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Variabel *size* ini akan diuji kembali untuk melihat konsistensi hasil dari data yang berbeda. Menurut Cowen et. al. (1987) dalam Sembiring (2005), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas.

Akuntansi pertanggungjawaban sosial dapat memberikan informasi mengenai sejauh mana organisasi atau perusahaan memberikan kontribusi positif maupun negatif terhadap kualitas hidup manusia dan lingkungannya (Belkaoui, 2000 dalam Komar, 2004). Perusahaan besar akan melakukan aktivitas sosial yang lebih banyak agar mempunyai pengaruh terhadap pihak-pihak internal maupun eksternal perusahaan, salah satunya adalah masyarakat yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan. Perusahaan besar juga dengan segala aktivitas-aktivitas operasinya yang besar akan lebih memperhatikan kegiatan lingkungan sosial sehingga pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) akan semakin bertambah luas. Hal ini sangat diperlukan perusahaan untuk mendapatkan nilai positif dari masyarakat.

Perusahaan besar yang merupakan entitas bisnis yang banyak mendapat sorotan masyarakat, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis

sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Akan tetapi, tidak semua penelitian yang mendukung pengaruh antara *size* perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Terdapat beberapa penjelasan mengenai pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap kualitas pengungkapan, namun sebenarnya landasan teoritis mengenai pengaruh *size* ini tidaklah terlalu jelas.

Pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) tercermin dalam teori agensi, yang muncul karena adanya ketidakpercayaan atau asimetri informasi antara dua belah pihak yang saling berkepentingan yaitu pemegang saham dengan manajer. Asimetri informasi ini disebabkan oleh beda kepentingan dalam satu perusahaan. Manajer yang mempunyai kewajiban untuk memaksimalkan kesejahteraan para pemegang saham, namun disisi lain manajer juga mempunyai kepentingan untuk memaksimalkan/meningkatkan nilai perusahaan. Penyatuan kepentingan pihak-pihak tersebut yang seringkali menimbulkan masalah yang disebut masalah keagenan.

### **2.3.3 Profitabilitas**

Dunia usaha bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan profit yang maksimum dan mendorong laju perekonomian demi kelangsungan perusahaan, melainkan dapat juga memberikan kontribusi yang optimal serta tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan. Kondisi keuangan saja tidak cukup untuk menjamin nilai perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan (Hartanti, 2006). Keberlanjutan perusahaan (*corporate sustainability*) akan terjamin apabila



perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan telah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan masyarakat bahwa reaksi sosial memerlukan adanya gaya manajerial yang diperlukan untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan/laba yang besar. Secara teoritis, ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi maka perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan (Heinze, 1976 dalam Hackston dan Milne, 1996). Suatu perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi seharusnya melakukan pengungkapan secara lebih luas sebagai salah satu upaya untuk meyakinkan pihak eksternal bahwa perusahaan berada dalam persaingan yang sangat kuat dan juga memperlihatkan kinerja perusahaan yang baik pada saat itu.

Profitabilitas merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan atau memaksimalkan nilai pemegang saham.

Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan CSR kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan *corporate social responsibility* (Heinze, 1976 dalam Hackston dan Milne, 1996).

Profitabilitas juga merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari kegiatan-kegiatan operasinya. Hal ini didukung oleh teori legitimasi (*legitimacy theory*), dimana keberadaan perusahaan mendapat legitimasi (respon)

baik dari masyarakat karena perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dianggap dapat membiayai aktivitas sosialnya.

## 2.4 Tinjauan Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu**

No.	Peneliti (Tahun)	Alat Analisis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Fr. Reni. Retno Anggraini (2006)	Regresi Berganda ( <i>Multiple Regression</i> )	Variabel Independen: Kepemilikan manajemen, <i>Financial leverage</i> , Ukuran perusahaan, Tipe industri, dan Profitabilitas  Variabel Dependen: <i>CSR Disclosure</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hampir semua perusahaan mengungkapkan kinerja ekonomi karena sudah ditetapkan dalam PSAK No.57 tentang kewajiban diestimasi, kewajiban kontinjensi dan aktiva kontinjensi. Kepemilikan manajemen dan tipe industri menjadi bahan pertimbangan oleh perusahaan untuk mengungkapkan <i>corporate social responsibility (CSR)</i> .
2.	Yosefa Sayekti dan Ludovicus Sensi Wondabio (2007)	Regresi Berganda ( <i>Multiple Regression</i> )	Variabel Independen: UE ( <i>Unexpected Earnings</i> ) dan Pengungkapan informasi CSR  Variabel Dependen: <i>Cummulative Abnormal Return (CAR)</i>	Bukti empiris penelitian ini mendukung hipotesa yang menyatakan bahwa tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh negatif terhadap ERC. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa investor mengapresiasi informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.
3.	Hardhina Rosmasita (2007)	Regresi Berganda ( <i>Multiple Regression</i> )	Variabel Independen: Kepemilikan manajemen, Tingkat <i>leverage</i> , Ukuran perusahaan, dan Profitabilitas  Variabel Dependen: Pengungkapan sosial	Hasil pengujian penelitian ini secara simultan menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara faktor-faktor perusahaan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility (CSR)</i> perusahaan. Variabel kepemilikan manajemen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan sosial.

4.	Rita Yuliana (2008)	Regresi Berganda ( <i>Multiple Regression</i> )	<p>Variabel Independen: Ukuran perusahaan, Profitabilitas, Profil perusahaan, Ukuran dewan komisaris, dan Konsentrasi kepemilikan</p> <p>Variabel Dependen: Pengungkapan CSR dan Reaksi Investor</p>	<p>Hasil penelitian bahwa karakteristik perusahaan yang terbukti berpengaruh terhadap tingkat keluasan pengungkapan CSR adalah profil perusahaan dan konsentrasi kepemilikan, sedangkan ukuran perusahaan, profitabilitas, dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap tingkat keluasan pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap reaksi investor yang diukur menggunakan <i>abnormal return</i> dan volume perdagangan saham.</p>
5.	Amran dan Devi (2008)	Regresi Berganda ( <i>Multiple Regression</i> )	<p>Variabel Independen: <i>Foreign shareholders, Government shareholding, Dependence on government, Dependence on foreign partner, Industry, Size, and Profitability</i></p> <p>Variabel Dependen : <i>Corporate Social Reporting (CSR)</i>.</p>	<p>Penelitian ini mengungkapkan kebenaran bahwa pemerintah berpengaruh terhadap perkembangan <i>corporate social reporting (CSR)</i> di Malaysia, sedangkan afiliasi dengan pihak asing tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan <i>corporate social reporting CSR</i> di Malaysia. Penelitian ini hanya memeriksa laporan tahunan untuk satu tahun serta hanya terfokus pada laporan tahunan, tidak melihat laporan lainnya pada subyek dari masyarakat dan lingkungan.</p>
6.	Andre Christian Sitepu (2009)	Regresi Berganda ( <i>Multiple Regression</i> )	<p>Variabel Independen: Ukuran dewan komisaris, <i>Leverage</i>, Ukuran perusahaan, Profitabilitas</p> <p>Variabel Dependen: Luas <i>CSR Disclosure</i></p>	<p>Variabel independen: ukuran dewan komisaris, <i>leverage</i>, ukuran perusahaan, dan profitabilitas secara bersama-sama memiliki kemampuan mempengaruhi jumlah informasi sosial yang diungkapkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh terhadap jumlah informasi sosial yang diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan.</p>

Sumber: Berbagai penelitian terdahulu di Indonesia.

## 2.5 Pengembangan Hipotesis

### 2.5.1 Pengaruh Kepemilikan Manajemen terhadap Pengungkapan

#### *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Kepemilikan manajemen adalah jumlah kepemilikan saham yang dimiliki pihak manajemen dalam sebuah perusahaan. Proporsi kepemilikan manajerial dapat diukur berdasarkan persentase kepemilikan manajemennya. Meningkatkan kepemilikan manajerial dapat digunakan sebagai cara untuk mengatasi masalah keagenan dan juga untuk menyelaraskan kepentingan antara *shareholders* dan manajemen (Jensen dan Meckling, 1976).

Penelitian yang dilakukan Anggraini (2006), menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan antara kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan CSR yang menyatakan bahwa kepemilikan manajemen yang besar akan sangat berpengaruh dan berdampak pada keputusan manajemen yang akan diambil. Salah satu keputusan tersebut adalah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai transparansi kepada *stakeholders*.

Penelitian Nasir dan Abdullah (2004) dan Rosmasita (2007), hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR di Indonesia. Hal ini karena semakin besar kepemilikan manajemen akan menyebabkan tekanan terhadap pihak manajemen untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan secara lebih luas.

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

H<sub>1</sub> : Kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

## 2.5.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan (*Size*) terhadap Pengungkapan

### *Corporate Social Responsibility (CSR)*

*Size* perusahaan merupakan variabel independen yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan keuangan perusahaan.

Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disorot dan mendapatkan respon yang besar. Pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan besar mempunyai biaya informasi yang rendah, perusahaan besar juga mempunyai kompleksitas dan dasar kepemilikan yang lebih luas dibanding perusahaan kecil (Cooke, 1989 dalam Rosmasita, 2007).

Penelitian yang dilakukan Sembiring (2005) menemukan bahwa *size* perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan pendapat bahwa perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Cowen *et. al.* (1987) dalam Sembiring (2005), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktifitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sudah semakin banyak dan akan diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Oleh karena itu, secara teoritis ukuran perusahaan yang lebih besar akan dituntut untuk memperlihatkan atau

mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Penjelasan lain mengenai ukuran perusahaan adalah perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar sehingga tidak perlu ada tambahan biaya yang besar untuk dapat melakukan pengungkapan secara lebih lengkap. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar sehingga untuk mengurangi biaya keagenan tersebut perusahaan akan mengungkapkan tanggung jawab sosial secara lebih luas.

Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Hasibuan, 2001). Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui laporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat. Berbagai penelitian terdahulu seperti Belkaoui dan Karpik (1989), Hackston dan Milne (1996), dan Sembiring (2005) dalam Sitepu (2009) menemukan adanya pengaruh positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR.

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

H<sub>2</sub> : Ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### **2.5.3 Pengaruh Profitabilitas (*Profitability*) terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin

besar pengungkapan informasi sosial (Heinze dan Gray *et. al.*, 1976). Hal ini didukung oleh teori legitimasi (*legitimacy theory*), dimana keberadaan perusahaan akan mendapat legitimasi (respon) baik dari masyarakat karena perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dianggap dapat membiayai seluruh aktivitas sosialnya. Profitabilitas yang merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba sehingga dapat menggambarkan keberadaan perusahaan untuk melakukan pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)*.

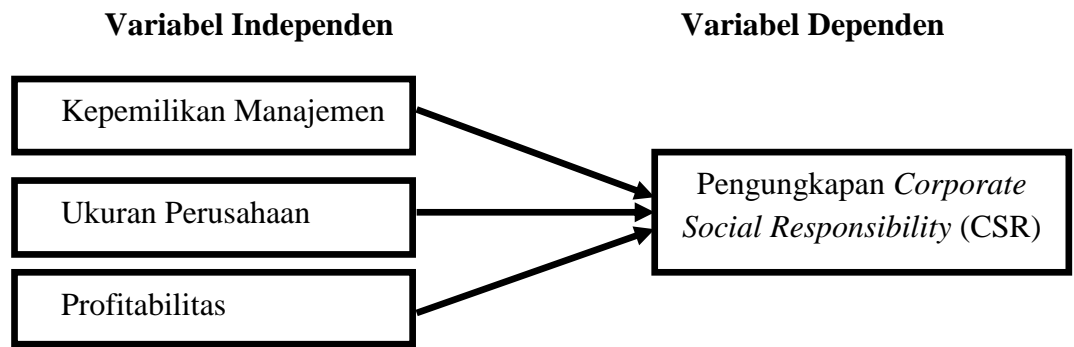
Menurut Widiastuti (2002), menyatakan bahwa rentabilitas ekonomi dan *profit margin* yang tinggi akan mendorong untuk memberikan informasi CSR yang lebih terperinci. Profitabilitas menunjukkan kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan tersebut mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan secara lebih luas dari setiap kegiatan operasinya.

Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Anggraini (2006), yang mengatakan bahwa dengan kepeduliannya terhadap masyarakat (sosial) menghendaki manajemen untuk membuat perusahaan menjadi *profitable*. Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)*. Penelitian yang dilakukan Bowman dan Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Sumedi (2010), menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR).

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

H<sub>3</sub> : Profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

## 2.6 Kerangka Penelitian



**Gambar 2.1 Kerangka Penelitian**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi merupakan keseluruhan obyek yang diteliti dan terdiri atas sejumlah individu, baik yang terbatas (*finite*) maupun tidak terbatas (*infinite*) (Sumarni dan Wahyuni, 2006:70). Populasi dalam penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini mengambil periode analisis dari tahun 2010 sampai dengan 2014. Seperti yang telah diketahui, *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah dianalisis oleh beberapa peneliti dengan menggunakan perusahaan internasional. Hasil yang diperoleh dari beberapa penelitian terdahulu berbeda-beda karena pengaruh budaya terkait dengan wilayah geografis perusahaan yang beroperasi.

Berdasarkan populasi dalam penelitian ini, maka ditentukan sampel sebagai obyek penelitian terkait. Sampel adalah bagian populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi (Sumarni dan Wahyuni, 2006:70). Teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling*, karena populasi yang dijadikan sampel adalah populasi memenuhi kriteria yang dikehendaki. Pengambilan sampel yang telah ditentukan sebelumnya berdasarkan tujuan dan kriteria sebagai berikut:

- 1) Perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2010 sampai tahun 2014.
- 2) Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan tahunan secara lengkap dengan catatan laporan keuangan selama 5 tahun berturut-turut, periode tahun 2010 sampai tahun 2014.
- 3) Perusahaan memiliki kelengkapan data informasi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan (*annual report*) yang bersangkutan selama periode tahun 2010 sampai 2014.

**Tabel 3.1 Penentuan Sampel Penelitian**

No.	Kriteria Sampel	Jumlah Sampel
1.	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	132
2.	Perusahaan yang mengalami Delisting	(13)
3.	Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan selain dalam satuan mata uang rupiah (Rp).	(21)
4.	Perusahaan yang profitabilitasnya mengalami kerugian.	(22)
5.	Perusahaan yang tidak memiliki kelengkapan data yang dibutuhkan dalam penelitian selama 5 tahun pengamatan.	(56)
	Jumlah sampel penelitian	20

Pada Tabel 3.1 di atas menunjukkan bahwa jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 132 perusahaan dengan periode penelitian selama lima tahun yaitu tahun 2010-2014 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Setelah dipilah dengan berdasarkan kriteria yang telah dijelaskan di atas, maka sampel yang didapat sebanyak 20 perusahaan manufaktur yang layak dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Tabel 3.2 Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur

No.	Nama Perusahaan
1	Alumindo Light Metal Industry Tbk. (ALMI)
2	Astra International Tbk. (ASII)
3	Astra Auto Part Tbk. (AUTO)
4	Gudang Garam Tbk. (GGRM)
5	Indospring Tbk. (INDS)
6	Kimia Farma Tbk. (KAEF)
7	Kabelindo Murni Tbk. (KBLM)
8	Kedawung Setia Industrial Tbk. (KDSI)
9	Lion Metal Works Tbk. (LION)
10	Lion Mesh Prima Tbk. (LMSH)
11	Nipress Tbk. (NIPS)
12	Pelangi Indah Canindo Tbk. (PICO)
13	Prima Alloy Steel Universal Tbk. (PRAS)
14	Pyridam Farma Tbk. (PYFA)
15	Sekar Laut Tbk. (SKLT)
16	Selamat Sempurna Tbk. (SMSM)
17	Indo Acidatama Tbk. (SRSN)
18	Mandom Indonesia Tbk. (TCID)
19	Trias Sentosa Tbk. (TRST)
20	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk. (ULTJ)

Sumber: Olah Data

### 3.2 Jenis dan Sumber Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif berupa laporan tahunan yang telah dipublikasikan tahunan didapat dari Bursa Efek Indonesia. Periode data yang digunakan selama lima tahun berturut-turut (2010-2014), diharapkan selama periode tersebut perusahaan sudah mengungkapkan informasi mengenai lingkungan sekitar tempat usahanya secara konsisten, yang berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Sumber data penelitian yang digunakan diperoleh dari:

Data dari laporan keuangan tahunan Perusahaan Manufaktur yang dapat diakses melalui website Bursa Efek Indonesia (<http://www.idx.co.id>) tahun 2010-2014, untuk mengetahui pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang diungkapkan.

### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik dokumenter (dokumentasi). Teknik ini dilakukan dengan cara menelusuri laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan manufaktur yang menjadi sampel dan data-datanya berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Selain itu metode pengumpulan data menggunakan studi pustaka, dengan cara mengumpulkan data-data yang berkaitan erat dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini.

### **3.4 Operasional Variabel Penelitian**

Variabel penelitian merupakan sesuatu yang berbeda atau bervariasi dan seperangkat nilai. Terdapat beberapa tipe variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu variabel independen atau bebas, dan variabel dependen atau tidak bebas/terikat.

Dalam penelitian ini, variabel independen sebagai variabel yang menjadi penduga, dan variabel dependen sebagai variabel yang diperkirakan nilainya. Berdasarkan dengan landasan teori dalam literatur dan perumusan masalah penelitian, maka operasional variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

### 3.4.1 Karakteristik Perusahaan

Karakteristik perusahaan menjelaskan variasi luas pengungkapan (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan. Variabel independen adalah variabel bebas, yaitu suatu variabel yang fungsinya menerangkan (mempengaruhi) terhadap variabel lainnya (Ghozali, 2009). Variabel independen dalam penelitian adalah karakteristik perusahaan.

Dalam penelitian ini, karakteristik perusahaan diproksikan dalam persentase kepemilikan manajemen, ukuran perusahaan dan profitabilitas.

#### 3.4.1.1 Kepemilikan Manajemen

Kepemilikan manajemen dalam penelitian ini diukur berdasarkan persentase jumlah saham yang dimiliki oleh pihak manajemen (dewan komisaris dan dewan direktur) dibagi dengan jumlah saham yang beredar. Variabel kepemilikan manajemen yang baik adalah semakin besarnya rasio kepemilikan manajemen di suatu perusahaan, yaitu dalam bentuk jumlah saham yang dimiliki oleh pihak dewan komisaris dan direktur. Semakin besar kepemilikan manajemen di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan.

Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Anggraini (2006), rumus yang digunakan untuk mengukur kepemilikan manajemen sebagai berikut:

$$\text{Kepemilikan Manajemen} = \frac{\text{Jumlah saham pihak manajemen}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

### 3.4.1.2 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Pada penelitian ini *total asset* yang dimiliki perusahaan sebagai proksi dari ukuran perusahaan sebagai variabel independen, karena nilai total aset relatif dalam jutaan lebih stabil dan dapat menggambarkan ukuran perusahaan. Total aset tersebut adalah rupiah, hingga perlu disederhanakan untuk mendapatkan data yang lebih mudah untuk dihitung. Agar dapat mengurangi perbedaan yang signifikan antara ukuran perusahaan besar dan ukuran perusahaan kecil sehingga data dari total aset dapat terdistribusi normal, maka *total asset* di natural log-kan. Indikator dari total aset dalam bentuk Ln, karena nilainya lebih besar dibandingkan variabel lain dan tujuannya untuk menghindari bias interpretasi karena adanya keberagaman dalam nilai *total asset*.

Menurut Hackston dan Milne (1996) dalam Sitepu (2009), rumus yang digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan (*size*) adalah sebagai berikut:

Ukuran Perusahaan (*Size*) = Log Natural (*Total Asset*)

### 3.4.1.3 Profitabilitas

Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa sebuah perusahaan mampu meningkatkan efisiensi dan efektifitas kegiatan operasional perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam upaya memperoleh atau menghasilkan keuntungan yang tinggi menunjukkan perusahaan dapat bersaing dan menguasai pasar dengan baik, sehingga menghasilkan pendapatan dan keuntungan yang tinggi (laba). Profitabilitas dalam penelitian ini diproksi dengan menggunakan *net profit margin*. *Net Profit Margin* dalam penelitian

ini menggambarkan besarnya laba bersih yang diperoleh perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan. Dengan kata lain rasio ini mengukur laba bersih terhadap penjualan.

Formulasi dari *net profit margin* menurut Hackston dan Milne (1996) dalam Sitepu (2009), rumus yang digunakan untuk mengukur profitabilitas sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

### **3.4.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Variabel dependen adalah variabel terikat, yaitu variabel yang dikenai pengaruh atau diterangkan oleh variabel lain (Ghozali, 2009). Variabel dependen penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pengukuran variabel ini diperoleh dengan mengukur pengungkapan CSR yang dilakukan dengan pengamatan mengenai ada tidaknya suatu item informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Metode yang digunakan adalah *checklist data* dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan tujuh kategori yaitu: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan, tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum.

Menurut Sembiring (2005), berdasarkan peraturan Bapepam No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan ada 12 item dari 90 item pengungkapan yang tidak sesuai untuk diterapkan dengan kondisi di Indonesia. Selanjutnya dilakukan penyesuaian dengan cara menghapuskan 12 item pengungkapan tersebut, sehingga secara total

tersisa 78 item pengungkapan. Item pengungkapan dalam penelitian ini kemudian dinyatakan dalam bentuk indeks pengungkapan sosial. Total item CSR berkisar 78 item, tergantung dari jenis industri perusahaan.

Dalam penelitian ini, luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dinyatakan dalam *corporate social responsibility (CSR) Disclosure*. Pengukuran indeks CSR dilakukan dengan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$CSR\ Disclosure = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan}}{\text{Jumlah item yang diharapkan oleh perusahaan}}$$

### **3.5 Metode Analisis Data**

#### **3.5.1 Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif memberikan penjelasan atau deskripsi mengenai nilai minimum, nilai maksimum, dan nilai rata-rata (*mean*), dan nilai standar deviasi dari variabel-variabel independen dan variabel dependen. Variabel penelitian terdiri dari kepemilikan manajemen, ukuran perusahaan, profitabilitas sebagai variabel bebas (*independent variabel*) dan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) sebagai variabel terikat (*dependen variabel*). Statistik deskriptif didasarkan pada data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis (Ghozali, 2009).

#### **3.5.2 Pengujian Asumsi Klasik**

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, variabel-variabel yang akan digunakan dalam analisis diuji terlebih dahulu dengan menggunakan pengujian asumsi klasik untuk memperoleh model penelitian yang valid dan untuk mengetahui apakah data memenuhi asumsi klasik atau tidak. Tujuannya adalah untuk menghindari terjadinya estimasi yang bias, karena tidak semua data dapat diterapkan regresi.



Pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

### 3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak normal. Pengujian ini digunakan karena untuk melakukan uji t dan uji F perlu mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2009).

Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan dua metode yang secara umum digunakan oleh penelitian lain, yaitu analisis statistik dengan menggunakan uji non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dan analisis grafik yang terdiri dari normal probability plot. Pengujian normalitas data penelitian menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan membuat hipotesis:

Ho : data residual berdistribusi normal

Ha : data residual tidak berdistribusi normal

- 1) Apabila nilai signifikan  $> 0,05$  maka Ho diterima dan Ha ditolak, maka data berdistribusi normal.
- 2) Apabila nilai signifikan  $< 0,05$  maka Ho ditolak dan Ha diterima, maka data berdistribusi tidak normal (Ghozali, 2009).

### 3.5.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara masing-masing variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Variabel-variabel dalam penelitian harus bebas dari gejala multikolinearitas agar model yang digunakan dapat dikatakan sempurna dan dapat diuji (Ghozali, 2009).

Analisis untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan menganalisis korelasi antar variabel. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Multikolinearitas terjadi jika  $VIF > 10$  dan nilai *tolerance*  $< 0,10$  (Ghozali, 2009). Pedoman suatu model regresi berganda yang bebas multikolinearitas, apabila:

Nilai  $VIF < 10$  , maka data tersebut bebas dari multikolinearitas.

Nilai  $VIF > 10$  , maka data tersebut mengandung multikolinearitas.

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

### 3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut homokedastisitas. Sementara itu, untuk varians

yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2009).

Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot*. Analisis pada gambar *Scatterplot* yang menyatakan model regresi linier berganda tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas, di bawah atau di sekitar angka 0,
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas dan dibawah saja,
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali,
- 4) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.

#### **3.5.2.4 Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode saat ini ( $t$ ) dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya ( $t-1$ ). Jika terjadi korelasi, maka ada masalah pada autokorelasi (problem autokorelasi).

Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*) karena “gangguan” pada seorang individu/ kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu/kelompok yang sama pada periode berikutnya (Ghozali, 2009).

Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Salah satu cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidak adanya autokorelasi dalam penelitian dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* (D-W test). Kriteria untuk penilaian terjadinya autokorelasi dalam penelitian sebagai berikut (Santoso, 2000):

- 1) Angka D-W terletak di bawah -2 berarti ada korelasi positif,
- 2) Angka D-W terletak di antara -2 sampai +2 berarti tidak ada Autokorelasi,
- 3) Angka D-W di atas +2 berarti ada Autokorelasi negatif.

### 3.5.3 Analisis Regresi

Teknik regresi linier berganda dilakukan terhadap model penelitian untuk menilai variabelitas pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Analisis regresi berganda (*Multiple Regression Analysis*) digunakan untuk memprediksi pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan. Metode regresi linier berganda dilakukan terhadap model yang diajukan peneliti dengan menggunakan *Software Statistical Package for Social Sciences* (SPSS Versi 22) untuk memprediksi pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2009).

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Variabel-variabel penelitian dapat dinyatakan dengan model persamaan yaitu sebagai berikut:

$$\text{CSR} = a + b_1 \text{PKM} + b_2 \text{UP} + b_3 \text{P} + e \dots\dots\dots$$

Keterangan:

CSR : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)  
 PKM : Persentase Kepemilikan Manajemen  
 UP : Ukuran Perusahaan (*Size*)  
 P : Profitabilitas  
 a : Konstanta

$b_1$   $b_2$   $b_3$  : Koefisien regresi, berdasarkan variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$   
 $e$  : *Error term*

### 3.6 Pengujian Hipotesis

#### 3.6.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengukur seberapa jauh tingkat kemampuan model dalam menerangkan variabel independen. Jika nilai  $R^2$  mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Y). Dalam hal ini nilai  $R^2$  digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kepemilikan manajemen, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (diwakili oleh indeks CSR). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel–variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2009). Nilai *R Square* dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai *R Square* berkisar antara 0 dan 1.

#### 3.6.2 Uji F

Uji Regresi Simultan (uji F) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2009). Berikut kriteria uji F yang digunakan dalam penelitian:

- 1) Jika  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$  pada  $\alpha < 0,05$ , maka  $H_1$  diterima (koefisien regresi signifikan). Hal ini berarti secara simultan ketiga variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

- 2) Jika  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$  pada  $\alpha > 0,05$ , maka  $H_1$  ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara simultan ketiga variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

### 3.6.3 Uji T

Uji parsial (uji t) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen dalam model regresi secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2009). Nilai dari uji t dapat dilihat dengan membandingkan t-hitung dan t-tabel. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  pada  $\alpha < 0,05$  maka  $H_1$  diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  pada  $\alpha > 0,05$ , maka  $H_1$  ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk menguji secara empiris pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan. Indeks pengungkapan CSR yang digunakan sebagai acuan pada penelitian ini. Setelah menganalisis dan melakukan pembahasan dalam penelitian ini, penulis memberikan kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif signifikan namun hasil tidak mendukung hipotesis penelitian. Sedangkan dua variabel lainnya yaitu kepemilikan manajemen dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini mempunyai keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik. Berikut ini adalah beberapa keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan:

1. Penelitian ini menggunakan model regresi berganda dengan bantuan alat analisis SPSS 22.0. Sehingga masih ada ketidakkonsistenan hasil.
2. Penelitian ini menggunakan indeks pengungkapan CSR dengan 78 item menurut Sembiring (2005). Sehingga hasil penelitian dapat berbeda jika menggunakan indikator pengungkapan CSR yang lebih lengkap.

### **5.3 Saran**

Berdasarkan keterbatasan penelitian diatas, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya disarankan agar menggunakan jenis regresi data panel atau menggunakan teknik alat analisis lain. Misalnya seperti : eviews, amos, smartPLS dan sebagainya, sehingga dapat menghasilkan keanekaragaman secara tegas dan secara spesifik.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar menggunakan pengukuran indeks pengungkapan CSR yang lebih sesuai dengan karakter perusahaan di Indonesia, agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan masa mendatang perusahaan di Indonesia dapat semakin meningkatkan kepedulian terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial serta dapat melakukan pengungkapan secara keberlanjutan dan lebih lengkap sesuai dengan indikator pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aliminsyah dan Padji. 2003. *Kamus Istilah Akuntansi*. Cetakan Kesatu. Bandung: CV. Yrama Widya.
- Amran, Azlan dan Devi, S. Susela. 2008. The Impact Of Government And Foreign Affiliate Influence On Corporate Social Reporting (The Case Of Malaysia). *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 23, No. 4, hal. 386-404.
- 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 di Bursa Efek Jakarta)”. *Simposium Nasional Akuntansi 9*. Padang.
- Bapepam. 2010. *Laporan Tahunan/Annual Report Perusahaan Pembiayaan*. Biro Pembiayaan dan Penjaminan Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Kementerian Keuangan Republik Indonesia. [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).
- Belkaoui, Ahmed Riahi. 2007. *Accounting of Theory*. Edisi 5. Jakarta: Salemba Empat.
- Belkaoui, Ahmed dan Karpik, Philip G. 1989. Determinants of the Corporate Decision to Disclose Social Information. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 2, No. 1, hal. 36-51.
- Chariri, A. 2008. Kritik Sosial atas Pemakaian Teori dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan. *Jurnal Maksi*, 8, 151-169.
- Cheng, Megawati dan Christiawan, Yulius Jogi. 2011. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Abnormal Return*. *Jurnal Ekonomi dan Akuntansi*.
- Cowen, S.S., Ferreri, L.B. and Parker, L.D. 1987. The Impact of Corporate Characteristics on Social Responsibility Disclosure: A Typology and Frequency-Based Analysis. *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 12, No. 2, pp. 111-122.
- Faizal. 2004. Analysis Agency Costs, Struktur Kepemilikan dan Mekanisme Corporate Governance. *Simposium Nasional Akuntansi VII*.
- Fitriani. 2001. Signifikansi Perbedaan Tingkat Kelengkapan Pengungkapan Wajib dan Sukarela pada Laporan Keuangan Perusahaan Publik yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi IV*, Bandung.

- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Menggunakan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam dan Chariri, Anis. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gray, R., Owen, D. dan Adams, C. 1996. *Accounting and Accountability*. Prentice Hall, London.
- Gray, R., Owen, D. and Maunders, K. 1987. *Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability*. Prentice Hall, London.
- Hackston, D. and M. J. Milne. 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 9 No. 1:77-108.
- Hartanti, Dwi. 2006. *Makna Corporate Social Responsibility: Sejarah dan Perkembangannya*. Economics Business & Accounting Review. Edisi III/ September-Desember.
- Hartono, J. 2003. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi 3<sup>rd</sup>*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Hasibuan, M. R. 2001. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan Emiten di BEJ dan BES. *Tesis S2 Magister Akuntansi Undip*. Semarang.
- Hendriksen, Eldon S. 1994. *Teori Akuntansi (terjemahan)*. Jakarta: Erlangga. hal 203.
- Husnan, Suad dan Pudjiastuti, Enny. 2007. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: YKPN.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ivanna. 2006. *Hubungan Antara Laporan Keuangan, Politika, Rasio Hutang terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Unika Soegiopranoto. EA 729.
- Jalal. 2007. *Perkembangan Mutakhir CSR di Indonesia*. Jakarta: Lingkar Studi CSR.
- Jensen, MC and Meckling. 1976. "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structur". *Journal of Financial Economics*. Vol 3, p.305-360.
- Jogiyanto. 2003. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: BPFE.

- Komar, Seful. 2004. Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial (Social Responsibility Accounting) dan Korelasinya dengan Akuntansi Islam. *Media Akuntansi*. Edisi 42/Tahun XI, hal. 54-58.
- Lang, M. H. and Lundholm, R. J. 1993. Corporate Disclosure Policy and Analyst Behaviour. *The Accounting Review*, 71.
- Mahdiyah, Fathimatul. 2008. Analisis Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*. Universitas Diponegoro.
- Nasir, N.A dan S. N. Abdullah. 2004. Voluntary Disclosure and Corporate Governance Among Financial Distressed Firms in Malaysia. *Financial Reporting, Regulation and Governance*. Vol. 3 No.1. pp 43-76.
- Nurdin, Emillia dan Cahyandito, M. Fani. 2006. Pengungkapan Tema-Tema Sosial dan Lingkungan dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap Reaksi Investor. *Google Search*.
- Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor: PER-05/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil Dan Program Bina Lingkungan.
- Peraturan Menteri Negara BUMN No.4 Tahun 2007 Tentang Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas.
- Resturiyani, Novi. 2012. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011)*. Universitas Pasundan, Bandung.
- Rosmasita, Hardhina. 2007. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (*Social Disclosure*) Dalam Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta. *Skripsi tidak Dipublikasikan*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Said, R., Y. Zainuddin dan H. Haron. 2009. The Relationship between Corporate Social Responsibility and Corporate Governance Characteristics in Malaysian Public Listed Companies. *Social Responsibility Journal* 5(2): 212-226.
- Santoso, Singgih. 2000. *Buku Latihan SPSS*. Edisi Kedua. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sayekti, Yosefa, dan Wondabio, Ludovicus Sensi. 2007. Pengaruh CSR *Disclosure* terhadap Earning Response Coefficient (Studi Empiris pada

Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi 10*. Makasar.

Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi 8*. Solo.

Setiawan, Doddy dan Hartono, Jogiyanto. 2003. Pengujian Efisiensi Pasar Setengah Kuat Secara Keputusan: Analisa Pengumuman Deviden Meningkat. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*.

Sitepu, Andre Christian. 2009. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Tahunan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Akuntansi 19. Departemen Akuntansi. Fakultas Ekonomi. USU*. Hal1-7.

Sumarni, Murti dan Wahyuni, Salamah. 2006. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Sumedi, A.M.P.K. 2010. Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Laporan Tahunan di Indonesia. *Skripsi*. Semarang: Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Undang-Undang Republik Indonesia No.19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara.

Undang-Undang Republik Indonesia No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

Undang-Undang Republik Indonesia No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Veronica, Theodora Martina. 2009. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Fakultas Ekonomi. Universitas Gunadarma.

Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility (CSR)*. Gresik: Fascho Publishing.

Widiastuti, Harjanti. 2002. Pengaruh Luas Ungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan terhadap *Earning Response Coefficient (ERC)*. *Simposium Nasional Akuntansi V*. Semarang 5-6 2003.

World Bank. 2012. *Corporate Social Responsibility Definition*.

World Business Council For Sustainable Development (WBCSD). 2000. *WBCSD's first report-Corporate Social Responsibility*. Geneva.

Yuliana, Rita. 2008. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Dampaknya terhadap Reaksi Investor. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*.

Situs Internet: <http://www.idx.co.id>