

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN UKURAN DEWAN KOMISARIS TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

**Evi Mutia**

Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala

**Zuraida**

Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala

**Devi Andriani**

Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala

**ABSTRACT**

*This study aims to examine and analyses about the effect of company size, profitability and size of board of commissioner on the corporate social responsibility disclosure. The type of data used are secondary data, the data used are the annual report to manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange (BEI) period 2006-2008. This study aims to examine and analyses about the effect, variables simultaneously test or the test individual effect of company size, profitability and size of board of commissioner on the corporate social responsibility disclosure.*

*This research indicates that (1) company size, profitability and size of board of commissioner **have** a significant influence on the corporate social responsibility disclosure. (2) Company size have a significant influence on the corporate social responsibility disclosure.(3) Profitability have not a significant influence on the corporate social responsibility disclosure.(4)size of board of commissioner have a significant influence on the corporate social responsibility disclosure.*

**Keywords:** *Company Size, Profitability, Size Of Board Of Commissioner and Corporate Social Responsibility Disclosure.*

**1. PENDAHULUAN**

**Latar Belakang Penelitian**

Modernisasi suatu wilayah sering kali didukung oleh keberadaan pabrik, perusahaan atau industri yang beroperasi aktif pada wilayah tersebut. Perusahaan atau industri yang aktif menjalankan kegiatan opsionalnya kerap kali menghadapi masalah-masalah internal maupun eksternal. Masalah internal perusahaan menyangkut dengan perhatian kesejahteraan, kesehatan dan keselamatan kerja karyawan, sedangkan masalah eksternal perusahaan

menyangkut dengan masyarakat umum serta penanganan lingkungan di sekitar perusahaan (Sule dan Saefullah, 2008:91).

Lingkungan sekitar perusahaan tentu erat sekali kaitannya dengan bagaimana perusahaan mampu meminimalisir masalah-masalah yang terjadi pada masyarakat akibat aktivitas yang dijalankannya. Perusahaan yang memahami bahwa tanggung jawab mereka bukan hanya memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat serta menghasilkan produk-produk yang berkualitas dan terjangkau, akan tetapi lebih luas lagi perusahaan dapat memberikan manfaat bagi lingkungan di sekitarnya sehingga secara tidak langsung suatu saat nanti perusahaan akan mendapatkan manfaat atas kepeduliannya terhadap lingkungan.

Pemerintah juga telah mengeluarkan aturan bahwa setiap perusahaan (penanam modal) berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (Pasal 74 UU Perseroan Terbatas No.40/2007). Akan tetapi tidak semua perusahaan mengungkapkan tentang aktivitas sosialnya di dalam laporan tahunan. Hal ini dikarenakan jenis pengungkapannya masih bersifat sukarela (*voluntary disclosure*). Sebagaimana tertulis dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No 1 (revisi per 1 Juli 2009) paragraf kesembilan:

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

Standar akuntansi keuangan di Indonesia belum mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial terutama informasi mengenai tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan. Perusahaan akan mempertimbangkan biaya dan manfaat yang akan diperoleh ketika mereka memutuskan untuk mengungkapkan informasi ini. Bila manfaat yang akan diperoleh dengan pengungkapan informasi lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mengungkapkannya, maka perusahaan akan sukarela mengungkapkan informasi tersebut (Sitepu dan Siregar, 2008).

Walaupun sifatnya sukarela, lingkungan eksternal pada saat sekarang ini sangat bergejolak. Pembahasan-pembahasan yang terjadi sangat dinamis dan terkadang pengaruhnya terhadap manajemen tidak dapat diperkirakan terlebih dahulu (Handoko, 2003:61). Dengan demikian sudah semestinya setiap perusahaan perlu menyadari akan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*).

*Corporate social responsibility* (CSR) yang selanjutnya akan disingkat dengan CSR, muncul akibat adanya modernisasi masyarakat yang sudah memahami bahwa aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dapat membawa dampak negatif pada lingkungannya. Apalagi hal ini sangat dekat sekali dengan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur karena perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang paling banyak berinteraksi dengan masyarakat. Dalam proses produksinya perusahaan manufaktur mau tidak mau akan menghasilkan limbah produksi, sangat erat hubungannya dengan masalah pencemaran lingkungan. Proses produksi yang dilakukan juga mengharuskannya untuk memiliki tenaga kerja bagian produksi sehingga masalah keselamatan kerja juga harus diperhatikan. Di sisi lain perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang menjual produk kepada konsumen sehingga isu keselamatan dan keamanan produk menjadi penting untuk diungkapkan kepada masyarakat. Oleh karena itu dengan banyaknya masalah-masalah yang terjadi, sangat diharapkan agar setiap perusahaan lebih meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab

sosialnya dengan cara memperhatikan dan mempertimbangkan akibat dari kegiatan operasional yang dilakukannya.

Selain itu tekanan pemerintah juga berperan dalam mendorong perusahaan untuk memperhatikan CSR agar keberlangsungan hidup perusahaan terus berlanjut dimasa yang akan datang (Yuniarti, 2003). Semua investor juga menuntut informasi yang lebih detail dan lebih tepat waktu, maka tingkat pengungkapan sukarela terutama yang menyangkut dengan aktivitas sosial perusahaan juga semakin meningkat, baik di negara-negara dengan pasar yang sudah maju maupun pasar yang sedang berkembang (Choi dan Meek, 2005).

Menurut Untung (2008:40-41) CSR kini dianggap penting untuk menjembatani dan memperkecil celah antara lapisan masyarakat kaya dan miskin di berbagai pelosok dunia. Penjelasannya sangatlah sederhana, bahwa tidak ada perusahaan yang dapat maju apabila berada ditengah masyarakat miskin atau lingkungan yang tidak menunjang eksistensinya. Itu sebabnya model CSR yang kini dikembangkan lebih luas jangkauannya dari sekedar menunjukkan kepedulian terhadap berbagai problematika sosial, sampai pada upaya perusahaan secara sadar untuk meningkatkan potensi masyarakat serta lingkungan tempat ia beroperasi demi menunjang eksistensinya.

Dengan demikian, selain memberikan manfaat pada perusahaan berupa citra positif CSR juga menciptakan cara pandang baru mengenai hubungan masyarakat dengan dunia bisnis ke arah kemitraan dalam mengembangkan lingkungan dan masyarakatnya. Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya (Pasal 1 UU Perseroan Terbatas No.40/2007).

Berbagai penelitian sebelumnya mengemukakan beberapa faktor yang mendorong pengungkapan CSR yang diterapkan oleh suatu perusahaan, antara lain yaitu penelitian yang dilakukan oleh Yuniarti (2003) menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, walaupun pengaruhnya masih sangat kecil hanya 7,8%. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin banyak aktivitas yang dilakukan sehingga memberikan dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, selain itu perusahaan besar mempunyai kemampuan merekrut karyawan yang ahli, serta adanya tuntutan dari pemegang saham dan analis, hal ini menjadikan perusahaan besar memiliki inisiatif untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil. Disamping itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, sehingga pengungkapannya yang lebih luas merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Anggraini (2006), Sitepu dan Siregar (2008) serta Yuliana, dkk (2008) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang besar menganggap bahwa mereka tidak perlu lagi melaporkan berbagai kegiatan sosial yang pernah dilakukan. Hal ini sangat berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuniarti (2003).

Faktor lainnya yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah profitabilitas. Semakin besar pendapatan per lembar saham yang diperoleh perusahaan maka semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut atau memiliki hubungan yang positif signifikan (Sembiring, 2003). Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurkhin (2010). Akan tetapi, penelitian lain yang dilakukan Sulastini (2007) yang menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan bahwa variabel profitabilitas

memiliki hubungan negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini disebabkan oleh ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi, perusahaan tidak perlu melaporkan hal-hal yang mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan perusahaan. Sebaliknya pada saat laba yang diperoleh rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan. Misalnya dalam lingkup sosial, ketika investor membaca laporan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan mereka tetap berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Ukuran dewan komisaris merupakan salah satu faktor yang juga cenderung mempengaruhi pengungkapan CSR. Pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki hasil yang beragam. Salah satu pendapat mengungkapkan semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO sehingga pengawasan atas aktivitas yang dilakukannya akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial perusahaan (Sitepu dan Siregar, 2008).

Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Febrianti (2008), Yuliana, dkk (2008) serta Wulandari (2009) menunjukkan hasil yang sangat berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sitepu dan Siregar (2008). Mereka menyatakan bahwa variabel ukuran dewan komisaris tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang memiliki banyak anggota untuk menjadi dewan komisaris dapat berakibat pada makin buruknya kinerja yang dimiliki perusahaan. Mereka akan mengalami kesulitan dalam menjalankan tugasnya, diantaranya kesulitan dalam berkomunikasi dan mengkoordinir kerja dari masing-masing anggota dewan itu sendiri, kesulitan dalam mengawasi dan mengendalikan tindakan dari manajemen, serta kesulitan dalam mengambil keputusan yang berguna bagi perusahaan.

Mengingat ketidakkonsistenan hasil dari variabel penelitian yang dikemukakan di atas, maka penelitian ini ingin menguji kembali pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Sembiring (2003) yang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menggunakan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan tipe industri. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas dan tipe industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## **2. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

Menurut Anthony dan Govindarajan (2005:246) perusahaan percaya bahwa kemajuannya merupakan suatu pengakuan aktif mengenai kepentingan masyarakat luas dan tanggapan kelompok masyarakat tertentu yang memiliki kepentingan dalam keberhasilan bisnis tersebut yaitu para pemegang saham, pelanggan, karyawan, pemasok, dealer dan distributor, komunitas pabrik, lembaga pendidikan dan juga oleh pihak-pihak pemerintah. Setiap perusahaan selain menggunakan dana dari pemegang saham, perusahaan juga menggunakan dana dari sumber lain yang berasal dari masyarakat untuk menjalankan aktivitas memproduksi barang dan jasanya guna mendapatkan keuntungan yang layak. Apabila memungkinkan, disamping mendapatkan keuntungan bagi perusahaan sendiri juga dapat memberikan kesejahteraan bagi lingkungan/masyarakatnya sehingga hal yang wajar

bila masyarakat mempunyai harapan tertentu terhadap perusahaan (Sumarni dan Soeprihanto, 2003: 21).

Sule dan Saefullah (2008:81) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial sebagai konsekuensi yang logis keberadaan perusahaan di sebuah lingkungan masyarakat mendorong perusahaan untuk lebih proaktif dalam mengambil inisiatif dalam hal tanggung jawab sosial. Pandangan ini tentunya bukan tanpa alasan, karena pada dasarnya tanggung jawab sosial akan memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi perusahaan

Manfaat yang jelas bagi perusahaan jika perusahaan memberikan tanggung jawab sosial adalah munculnya citra positif dari masyarakat atas kehadiran perusahaan di lingkungan. Kegiatan perusahaan dalam jangka panjang akan dianggap sebagai kontribusi yang positif bagi masyarakat. Selain membantu perekonomian masyarakat, perusahaan juga akan dianggap bersama masyarakat membantu mewujudkan keadaan yang lebih baik dimasa akan datang. Akibatnya perusahaan justru akan memperoleh tanggapan yang positif setiap kali akan menawarkan sesuatu kepada masyarakat. Perusahaan tidak saja dianggap sekedar menawarkan produk untuk dibelio masyarakat, tetapi juga dianggap menawarkan sesuatu yang akan membawa perbaikan bagi masyarakat.

2. Bagi Masyarakat

Selain bahwa kepentingan masyarakat diperhatikan oleh perusahaan, masyarakat juga akan mendapatkan pandangan baru mengenai hubungan perusahaan dan masyarakat yang selama ini dipahami hanya sebatas hubungan antara produsen dan konsumen atau antara penjual dan pembeli. Akan tetapi masyarakat mengetahui bahwa hubungannya akan diarahkan untuk kerja sama yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Akan terjalinnnya hubungan kemitraan dalam membangun masyarakat lingkungan yang baik. Tidak hanya di sektor perekonomian tetapi juga dalam sektor sosial, pembangunan dan lainnya.

3. Bagi pemerintah

Pemerintah pada akhirnya tidak hanya berfungsi sebagai orang yang menetapkan aturan main dalam hubungan masyarakat dengan dunia bisnis dan memberikan sanksi bagi pihak yang melanggarnya. Pemerintah sebagai pihak yang mendapat legitimasi untuk mengubah tatanan masyarakat ke arah yang lebih baik akan mendapatkan partner dalam mewujudkan tatanan masyarakat tertentu. Sebagian tugas pemerintah dapat dijalankan oleh perusahaan.

CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Dimana ketiga dari aspek tersebut diharapkan dapat terbentuk dalam kehidupan masyarakat sehingga keberadaan sebuah perusahaan diakui ditengah-tengah masyarakat luas. Sehingga faktor besar kecilnya perusahaan, seberapa besar perusahaan mampu menghasilkan laba yang besar setiap tahunnya dan bagaimana ukuran dewan komisaris yang ada pada suatu perusahaan sangat menentukan sejauh mana perusahaan tersebut mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan. Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

$H_{a1}$ : Ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana diklasifikasikannya perusahaan menurut besar kecilnya. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat dari jumlah

pendapatan, total asset, jumlah karyawan dan total modal. Semakin besar ukuran pendapatan, total asset, jumlah karyawan dan total modal maka akan mencerminkan keadaan perusahaan yang semakin kuat (Basyaib, 2007). Menurut Departement Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia ukuran perusahaan terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil. Suatu perusahaan yang sudah mapan akan memiliki aktivitas yang lebih besar dan memiliki risiko atau tanggung jawab yang besar pula sesuai dengan aktivitas yang dilakukan. Semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin dikenal masyarakat, yang berarti semakin mudah untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan (Jogiyanto, 2003:282). Dalam penelitian ini variabel ukuran perusahaan dilihat dari jumlah karyawan yang dipekerjakan oleh perusahaan.

Ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, semakin dikenal masyarakat berarti semakin mudah untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan. Yuniarti (2003) menggunakan variabel ukuran perusahaan dalam penelitiannya dengan mengalikan harga saham dengan jumlah saham yang beredar. Hasilnya menunjukkan ukuran perusahaan memiliki pengaruh dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan walaupun pengaruhnya itu sangat rendah. Wulandari (2009) dalam penelitiannya juga menemukan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan besar memiliki kemampuan untuk merekrut karyawan yang ahli, serta adanya tuntutan dari pemegang saham dan analis, sehingga perusahaan besar memiliki insentif untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurkhin (2010).

Sembiring (2003) dalam penelitiannya juga menunjukkan adanya pengaruh antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Akan tetapi indikator yang digunakan dilihat dari jumlah tenaga kerja yang ada pada perusahaan yang bersangkutan. Dari sisi tenaga kerja, dengan semakin banyaknya jumlah tenaga kerja dalam suatu perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja akan semakin besar. Program berkaitan dengan tenaga kerja yang merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan, akan semakin banyak dilakukan oleh perusahaan. Hal ini berarti program tanggung jawab sosial perusahaan juga semakin banyak dan akan diungkapkan dalam laporan tahunan. Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

H<sub>a2</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai para pemegang saham perusahaan. Para pemegang saham tidak hanya menginginkan informasi apakah pendapatan suatu perusahaan mengalami kenaikan atau penurunan. Akan tetapi, lebih dari itu para pemegang saham membutuhkan informasi sejauh mana perusahaan dapat menggunakan pendapatan yang dimiliki untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan, baik dari internal maupun eksternal perusahaan. Berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan oleh para pemegang saham, salah satu kegiatan eksternal yang dilakukan perusahaan adalah menyangkut dengan aktivitas sosial yang mampu dilakukan perusahaan selama perusahaan tersebut beroperasi. Sembiring (2003) dalam penelitiannya menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas.

Penelitian Sitepu dan Siregar (2008) juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring, mereka menyatakan bahwa secara parsial profitabilitas berpengaruh

signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini mungkin dikarenakan persepsi atau anggapan bahwa aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan bukanlah aktivitas yang merugikan dan tidak bermanfaat bagi keberlangsungan perusahaan. Melainkan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan merupakan langkah strategis jangka panjang yang akan memberikan efek yang positif bagi perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

H<sub>33</sub>: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

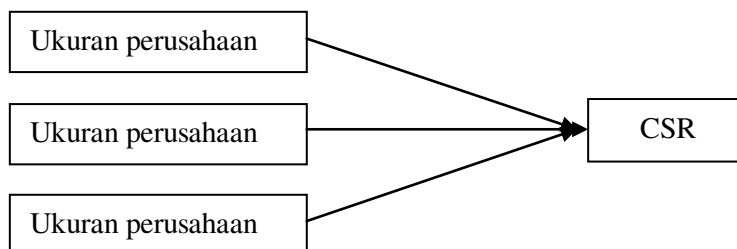
Ukuran dewan komisaris adalah jumlah anggota dewan komisaris. Dewan komisaris adalah mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk mengelola perusahaan secara efektif. Dewan komisaris terdiri dari *inside* dan *outside director* yang akan memiliki akses informasi khusus yang berharga dan sangat membantu dewan komisaris serta menjadikannya sebagai alat efektif dalam keputusan pengendalian. Sedangkan fungsi dari dewan komisaris itu sendiri adalah mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi) dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan (Mulyadi, 2002).

Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Sitepu dan Siregar (2008) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial perusahaan. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya.

Komposisi dewan komisaris merupakan mekanisme *good corporate governance* (GCG) yang diperlukan untuk mendorong terciptanya pasar yang efisien, transparan dan konsisten dengan peraturan perundang-undangan (KNKG, 2006). Dengan demikian komposisi dewan komisaris akan berdampak pada meningkatnya kegiatan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil tersebut juga memiliki hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulastini (2007) dan Nurkhin (2010) yang menyatakan adanya pengaruh positif yang signifikan antara ukuran dewan komisaris dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

H<sub>34</sub>: Ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Untuk memperjelas pengaruh dari masing-masing variabel terhadap CSR, maka disajikan modelnya sebagai berikut:



### 3. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang mengeluarkan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan dan tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2006 sampai 2008. Berdasarkan *Indonesian Capital Market Directory* dari tahun 2006 sampai 2008, perusahaan yang mengungkapkan CSR dan tercatat di BEI adalah sebanyak 37 perusahaan. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Adapun kriteria sampel yang digunakan adalah perusahaan yang mengungkapkan *corporate social responsibility* selama tahun 2006-2008.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang telah ada dan tidak perlu dikumpulkan sendiri oleh peneliti (Sekaran, 2006:77). Data tersebut merupakan laporan tahunan masing-masing perusahaan-perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia dan telah terpilih sebagai sampel penelitian tahun 2006-2008. Data ini diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory* dengan alamat Gedung Bursa Efek Indonesia, lantai 1 tower 2, jalan Jendral Sudirman Kavling 52-53 Jakarta 12190, serta situs resmi di <http://www.idx.co.id>.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Check list* dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang mencakup tujuh kategori, yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Pendekatan untuk menghitungnya menggunakan dikotomi (*Dummy*) yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan diberi nilai 0 jika tidak diungkapkan (Hannifa et al, 2005). Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan pengungkapan

$$\text{CSR}_{ij} = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

CSR<sub>ij</sub> : *Corporate Social Responsibility disclosure Index* perusahaan j

n<sub>j</sub> : jumlah item untuk perusahaan j

X<sub>ij</sub> : *dummy variable*: 1= jika item I diungkapkan, 0= jika tidak diungkapkan.

Variabel independen adalah dalam penelitian ini terdapat beberapa variabel yaitu:

Ukuran perusahaan yang dilihat dari jumlah karyawan yang bekerja pada suatu perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Sembiring, 2003). Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *earning per share (EPS)* yaitu perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan jumlah rata-rata saham yang beredar (Niswonger *et al*, 2000) dan ukuran dewan komisaris yang dilihat dari banyaknya jumlah anggota dewan komisaris yang dimiliki oleh perusahaan (Sitepu dan Siregar, 2008).

Model analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi linear berganda yaitu bertujuan untuk menguji dan menganalisis, baik secara parsial maupun simultan pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Data diolah dengan program *Statistical Package for Social Science (SPSS)* 15. Formula yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan

Y = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

a = Konstanta



$b_i = i = 1,2,3$  = koefisien regresi

$X_1$  = Ukuran Perusahaan

$X_2$  = Profitabilitas

$X_3$  = Ukuran dewan komisaris

$e$  = Pengaruh variabel lain (*epsilon*) atau residual (*error term*)

Pengujian dilakukan dengan uji asumsi klasik, yaitu dengan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heterokedastisitas (Ghozali 2001 : 55-80). Serta pengujian hipotesis yaitu uji T dan uji F.

#### 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis dilakukan sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan. Data yang diuji meliputi ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris tahun 2006-2008. Data tersebut digunakan untuk melihat pengaruh terhadap tingkat pengungkapan CSR. Variabel CSR (Y) merupakan *variabel dummy* yang dilihat dari ada tidaknya perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaannya, variabel ukuran perusahaan (X1) dilihat dari jumlah tenaga kerja yang bekerja pada perusahaan tersebut, profitabilitas (X2) dilihat dari perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan jumlah saham yang beredar, ukuran dewan komisaris (X3) dilihat dari jumlah dewan komisaris. Data yang dilihat dari keseluruhan variabel tersebut menggunakan tahun pengamatan 2006 sampai dengan 2008.

Berdasarkan hasil olahan data dapat dilihat nilai terendah, tertinggi dan rata-rata dari variabel yang diteliti dengan jumlah 111 observasi selama tahun 2006-2008. Untuk variabel dependen yaitu pengungkapan CSR yang menggambarkan seberapa besar perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya didalam laporan tahunan yang diperoleh nilai rata-ratanya sebesar -1.8189, artinya rata-rata perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2006-2008 mengalami penurunan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya sebesar 181,89%

Variabel independen ukuran perusahaan diperoleh dari jumlah karyawan yang bekerja pada suatu perusahaan, maka diperoleh nilai maksimum sebesar 11,20 dimiliki oleh perusahaan PT. Astra International, Tbk dan nilai minimum sebesar 3,61, dimiliki oleh perusahaan PT. Beton Jaya Manunggal, Tbk. Sedangkan rata-rata yang diperoleh untuk ukuran perusahaan ini sebesar 7,7133.

Variabel independen selanjutnya adalah profitabilitas yang dilihat dari perbandingan laba bersih sebelum pajak dengan jumlah saham yang beredar, diperoleh nilai nilai maksimum sebesar 5230,34 dimiliki oleh perusahaan PT. Delta Jakarta, Tbk dan nilai minimum sebesar -6,83 dimiliki oleh perusahaan PT. Ades Water Indonesia, Tbk. Sedangkan rata-rata yang diperoleh untuk profitabilitas ini sebesar 3,216

Selanjutnya untuk variabel ukuran dewan komisaris dilihat dari jumlah anggota dewan komisaris berdasarkan sampel perusahaan yang diteliti, diperoleh nilai maksimum sebesar 11,20 dimiliki oleh perusahaan PT. Astra International, Tbk dan nilai minimum sebesar 0,69, dimiliki oleh perusahaan PT. Beton Jaya Manunggal, Tbk. Sedangkan rata-rata yang diperoleh untuk ukuran perusahaan ini sebesar 1,487.

Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, pada tingkat signifikansi 5%. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa variabel dependen pengungkapan CSR dan variabel independen yaitu ukuran perusahaan,

profitabilitas dan ukuran dewan komisaris lebih kecil dari 0,05, sehingga variabel dependen maupun independen tidak berdistribusi normal.

Dalam hal ini peneliti melakukan penghilangan sebagian data karena datanya *outlier*. *Outlier* adalah kasus atau data yang memiliki karakteristik unik dimana populasi yang diambil sebagai sampel memiliki nilai ekstrim yang terlihat sangat berbeda jauh sehingga tidak terdistribusi secara normal (Gozhali, 2006). Oleh karena itu penghilangan sebagian data dilakukan dengan tujuan agar variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal. Hal ini dilakukan karena pada 111 pengamatan yang dilakukan terdapat jarak (*range*) yang terlalu jauh antara maksimum dan minimum sehingga data yang diperoleh setelah pengurangan tersebut adalah 54 pengamatan. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel dependen pengungkapan CSR dan variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris lebih besar dari 0,05 yang artinya variabel dependen maupun independen berdistribusi normal.

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah ada korelasi yang serius antara variabel-variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Multikolinieritas diuji dengan melihat VIF dan nilai *tolerance* dari masing-masing variabel independen. Hasilnya menunjukkan bahwa persamaan regresi tidak mengalami masalah multikolinieritas.

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji adanya ketidaksamaan *variance* dari residual pengamatan satu ke pengamatan lain. Uji *Glejser* dilakukan dengan membuat model regresi yang melibatkan nilai mutlak residu sebagai variabel terikat terhadap semua variabel. Jika variasi residu tidak sama untuk semua pengamatan, maka terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2006). Hasil uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa tingkat signifikansi masing-masing variabel lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa asumsi heterokedastisitas ditolak.

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya ( $t-1$ ). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan Uji Durbin-Watson (DW test). Hasil Uji Durbin Watson menunjukkan DW sebesar 2,106. Menurut tabel dengan nilai  $n = 54$  dan  $k = 3$  didapat nilai  $dl = 1,452$ ;  $4-dl = 2,548$  dan nilai  $du = 1,681$ ;  $4-du = 2,319$ . Hasil pengujian DW menunjukkan bahwa  $1,681 < 2,106 < 2,319$ , maka hal ini menunjukkan tidak adanya autokorelasi.

Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR (Y), maka dapat digunakan regresi linier berganda. Analisis regresi dianggap tepat dalam pengujian ini karena analisis regresi tidak hanya menentukan hubungan tetapi menentukan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta menunjukkan arah dari pengaruh tersebut.

Dari hasil perhitungan statistik dengan menggunakan bantuan program SPSS (*statistical package for social sciences*) versi 15 dapat dilihat sebagai berikut:

Persamaan regresi linier berganda $Y = -2,354 + 0,164X_1 + 0,016X_2 - 0,447X_3$					
Nama Variabel	B	Standard Error	T tabel	T Hitung	Sig
Konstanta (a)	-2.354	0.376	1,673	-6.263	.000
Ukuran Perusahaan (X1)	0.164	0.055	1,673	2.972	.005
Profitabilitas (X2)	0.016	0.017	1,673	.899	.373
Ukuran Dewan Komisaris (X3)	-0.447	0.190	1,673	-2.348	.023
Koefisien korelasi (R) = 0,438 <sup>a</sup> Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) = 0,192 Adjusted (R <sup>2</sup> ) = 0,143 F hitung = 3,956 F tabel = 1,673 Sig	a.Predictor ( constant): Ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris. b.Dependen variabel Pengungkapan CSR				

$$Y = -2,354 + 0,164X_1 + 0,016X_2 - 0,447X_3$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diketahui hasil penelitian sebagai berikut :

1. Koefisien Regresi

- Konstanta sebesar -2,354. Artinya jika faktor-faktor ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris dianggap konstan, maka besarnya penurunan pengungkapan CSR adalah sebesar 235,4%.
- Koefisien regresi untuk ukuran perusahaan sebesar 0,164 menyatakan bahwa setiap adanya kenaikan ukuran perusahaan sebesar 1% akan mengakibatkan kenaikan terhadap pengungkapan CSR sebesar 16,4% dengan asumsi profitabilitas dan ukuran dewan komisaris dianggap konstan.
- Koefisien regresi untuk profitabilitas sebesar 0,016 menyatakan bahwa setiap adanya kenaikan profitabilitas sebesar 1% akan mengakibatkan kenaikan terhadap pengungkapan CSR 1,6% dengan asumsi ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris dianggap konstan.
- Koefisien regresi untuk ukuran dewan komisaris sebesar -0,447 menyatakan bahwa setiap adanya kenaikan ukuran dewan komisaris sebesar 1% akan mengakibatkan penurunan terhadap pengungkapan CSR 44,7% dengan asumsi ukuran perusahaan dan profitabilitas dianggap konstan.

2. Koefisien Regresi (R) dan Determinasi (R<sup>2</sup>)

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,438 (lebih kecil dari 0,50). Selanjutnya nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,192, dapat diartikan juga bahwa 19,2 % pengungkapan CSR dapat dijelaskan oleh ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris, sedangkan selebihnya sebesar 80,8 % menunjukkan adanya pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris lemah.

Untuk Uji F dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Keputusan yang diambil berdasarkan tingkat signifikansi 5 % atau 0,05. Apabila diperoleh tingkat signifikansi

dibawah 5% atau 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 3,956 pada signifikansi 0,013, ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, artinya  $H_{a1}$  diterima.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen digunakan uji t. keputusan yang diambil berdasarkan tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Apabila diperoleh tingkat signifikansi dibawah 5% atau 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil pengujiannya dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel ukuran perusahaan diperoleh t hitung sebesar 2,972 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,005. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini menerima  $H_{a1}$  dan menolak  $H_{01}$ .
2. Variabel profitabilitas diperoleh t hitung sebesar 0,889 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,373. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa secara parsial profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini menolak  $H_{a1}$  dan menerima  $H_{01}$ .
3. Variabel ukuran dewan komisaris diperoleh t hitung sebesar -2,348 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,023. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa secara parsial ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini menerima  $H_{a1}$  dan menolak  $H_{01}$ .

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 3,956 pada signifikansi 0.013. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dimana semakin banyak jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja akan semakin besar. Program berkaitan dengan tenaga kerja ini merupakan bagian dari pengungkapan CSR. Begitu pula semakin besar laba yang diperoleh oleh sebuah perusahaan maka akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Serta semakin banyaknya jumlah anggota dewan komisaris yang dimiliki perusahaan maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin mudah.

Hasil pengujian terhadap ukuran perusahaan diperoleh t hitung sebesar 2,972 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,005. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sehingga penelitian ini menerima  $H_{a1}$  dan menolak  $H_{01}$ . Ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, maka akan semakin dikenal oleh masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2009) dan Nurkhin (2010). Perusahaan besar memiliki kemampuan untuk merekrut karyawan yang ahli serta adanya tuntutan dari pemegang saham dan analisis, sehingga perusahaan besar memiliki insentif untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Semnbiring (2003), dimana sama-sama menggunakan jumlah tenaga kerja sebagai indikator untuk melihat ukuran perusahaan. Dari sisi tenaga kerja, semakin banyak jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan

kepentingan tenaga kerja akan semakin besar. Program berkaitan dengan tenaga kerja yang merupakan bagian dari pengungkapan *CSR* akan semakin banyak dilakukan oleh perusahaan.

Hasil pengujian terhadap profitabilitas diperoleh  $t$  hitung sebesar 0,889 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,373. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*, sehingga penelitian ini menolak  $H_a1$  dan menerima  $H_01$ . Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliana, dkk (2008) yaitu profitabilitas terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *CSR* dalam laporan tahunan seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2006.

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2003), Sitepu dan Siregar (2008), serta Nurkhin (2010). Mereka berhasil membuktikan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap pengungkapan *CSR*. Alasannya adalah para pemegang saham tidak hanya menginginkan informasi apakah pendapatan suatu perusahaan mengalami kenaikan atau penurunan. Akan tetapi, lebih dari itu para pemegang saham membutuhkan informasi sejauh mana perusahaan dapat menggunakan pendapatan yang dimiliki untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan, baik dari internal maupun eksternal perusahaan. Berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan oleh para pemegang saham, salah satu kegiatan eksternal yang dilakukan perusahaan adalah menyangkut dengan aktivitas. Hal ini mungkin dikarenakan persepsi atau anggapan bahwa aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan bukanlah aktivitas yang merugikan dan tidak bermanfaat bagi keberlangsungan perusahaan. Melainkan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan merupakan langkah strategis jangka panjang yang akan memberikan efek yang positif bagi perusahaan.

Hasil pengujian terhadap ukuran dewan komisaris diperoleh  $t$  hitung sebesar -2,348 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,023. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*, sehingga penelitian ini menerima  $H_a1$  dan menolak  $H_01$ . Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sitepu dan Siregar (2008) serta Nurkhin (2010). Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya.

## 5. KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. Profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
4. Ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan sebagai berikut :

1. Jumlah sampel yang relatif terbatas, hanya meneliti perusahaan-perusahaan manufaktur yang mengungkapkan *corporate social responsibility*.
2. Terdapat unsur subjektivitas dalam menentukan indeks pengungkapan, dimana tidak adanya suatu ketentuan baku dalam penentuan standard, sehingga nilai pengungkapan yang diperoleh dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya. Kesubjektifan ini bisa menyebabkan kemungkinan adanya item-item yang terlewat saat pengamatan.
3. Penelitian ini hanya membatasi pada sisi pengungkapan tanggung jawab sosial, bukan pada aktifitas sosial. Bilamana perusahaan tidak memanfaatkan laporan tahunan untuk menjelaskan seluruh aktivitas selama tahun pelaporan, akan muncul kesenjangan antara aktivitas sosial dengan pengungkapan sosial. Akibatnya *annual report* gagal menjelaskan seluruh aktivitas sosial perusahaan.
4. Pengujian dalam penelitian ini tidak menggunakan program SPSS versi 17, akan tetapi masih menggunakan SPSS versi 15. Hal ini disebabkan oleh bagi peneliti lebih mudah memahami program SPSS versi 15.

Untuk menambah referensi penelitian selanjutnya, ada beberapa saran yang dikemukakan sebagai berikut :

1. Sebaiknya penelitian selanjutnya menggunakan sampel perusahaan yang lebih banyak, tidak hanya meneliti pada perusahaan manufaktur saja dan rentang waktu yang digunakan lebih lama. Hal ini dimaksudkan agar kesimpulan yang dihasilkan memiliki cakupan yang lebih luas dan lebih mampu mencerminkan keadaan yang sebenarnya.
2. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, karena berdasarkan hasil uji regresi nilai koefisien 19,2% variasi variabel pengungkapan *corporate social responsibility* dapat dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan profitabilitas dan ukuran dewan komisaris, sedangkan sisanya sebesar 80,8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Retno Fr (2006) "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan". *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang: 30-45
- Anthony, Robert N dan Govindarajan, Vijay (2005). *Manajemen Control System*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ardiyos (2005). *Kamus Besar Akuntansi*. Jakarta: Citra Harta Prima.
- Basyaib, Fachmi (2007). *Keuangan Perusahaan Pemodelan Menggunakan Microsoft Excell*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Choi, Fredrick D.S dan Meek, Gary K (2005). *Akuntansi Internasional*. Edisi kelima. Jakarta: Salemba Empat.
- Febrianti, Jessi (2008). Pengaruh Tipe Industri, Kepemilikan Manajemen, Ukuran Dewan Komisaris dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Skripsi*. Unsyiah.
- Ghozali, Imam (2002) *Aplikasi Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Handoko, Hani (2003). *Manajemen Edisi 2*. Yogyakarta: BPPE.
- Haniffa, R.M, dan T.E. Cooke (2005) The Impact of *Culture and Governance on Corporate Social Reporting*. *Journal of Accounting and Public Policy* 24: 391-430.
- Henny dan Murtanto, (2001). “Analisis Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan”. *Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi*, Vol 1, No 2: 42-65  
<http://www.idx.co.id>.
- Ikatan Akuntansi Indonesia (2009). *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jogiyanto (2003). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Komite Nasional Kebijakan Governance (2004). *Pedoman Tentang Komisaris Independen*.  
<http://www.governance-indonesia.or.id/main.htm>.
- Mulyadi (2002). *Auditing: Jilid 1 Edisi Enam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Niswonger, et al (2000). *Prinsip-Prinsip Akuntansi*. Edisi 19. Jakarta: Erlangga.
- Nurkhin, Ahmad (2010). *Corporate Governance dan Profitabilitas; Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. *Jurnal Dinamika Akuntansi*. Vol. 2, No. 1 Hal: 73-85.
- Sekaran, Uma (2006) *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sembiring, Eddy Rismanda (2003). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Telaah Akuntansi*. Vol: 01 No: 01: 01-21
- Sitepu, Andre Christian dan Siregar, Hasan Sakti (2008). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Tahunan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi* 19: 01-09
- Sulastini, Sri (2007). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Social Disclosure Perusahaan Manufaktur Yang Telah Go Public. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.
- Sule, Ernie Tisnawati dan Sefullah Kurniawan (2008). *Pengantar Manajemen*. Edisi 1. Jakarta: Prenada Media.
- Sumarni, Murti dan Soeprihanto, John (2003). *Pengantar Bisnis (Dasar Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi Kelima. Yogyakarta: Liberti Yogyakarta.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 *Tentang Perseroan Terbatas*.
- Untung, Hendrik Budi (2008). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Wulandari, Etik (2009). Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi: UnMuha Surakarta*.
- Yuliana, Sidhi dan Sukoharsono (2008). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR dan Dampaknya Terhadap Reaksi Investor. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 5, No. 2: 245-276.
- Yuniarti, Emylia (2003). Pengungkapan Informasi Pertanggungjawabab Sosial Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Telaah dan riset Akuntansi*. Vol. 1, No. 2: 240-25