

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

Nurul Kusuma Wardani, Indira Januarti¹

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

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

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

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

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

PENDAHULUAN

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

Di Indonesia, praktik CSR telah mendapat perhatian yang cukup besar. Hal ini dilatarbelakangi oleh berbagai kasus yang terjadi seperti penggundulan hutan, meningkatnya polusi dan limbah, buruknya kualitas dan keamanan produk, eksploitasi sumber daya alam yang

¹ *Corresponding author*

berlebihan, penyalahgunaan investasi dan lain-lain. Oleh karena itu, dikeluarkannya beberapa peraturan pemerintah yang mendorong praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia. Salah satunya Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007, pasal 66 dan 74. Pasal 66 ayat (2) bagian c berisi bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Dampak dari aktivitas sosial perusahaan yang berbeda-beda tergantung pada jenis atau karakteristik perusahaan. Karakteristik operasi perusahaan yang menghasilkan dampak sosial yang tinggi akan menuntut pemenuhan tanggung jawab sosial yang lebih tinggi pula.

Dalam penelitian ini mengenai karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility, variabel yang digunakan yaitu ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage*. Hubungan ukuran dewan komisaris dengan *corporate social responsibility* yaitu semakin besar ukuran dewan komisaris, akan semakin luas pula pengungkapan CSR (Veronica dan Sumin 2009). Profitabilitas menurut Sudarmadji dan Suharto (2007) dimana dikatakan bahwa suatu perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan melakukan pengungkapan yang lebih luas sebagai salah satu upaya untuk meyakinkan pihak eksternal bahwa perusahaan berada dalam persaingan yang kuat dan juga memperlihatkan kinerja perusahaan yang baik pada saat itu. Sedangkan hubungan *leverage* dengan *corporate social responsibility* yaitu jika perusahaan memiliki *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan yang dilakukan (Jensen dan Meckling, 1976).

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Teori yang terkait dengan penelitian ini yaitu teori signaling, legitimasi dan agensi. Manajemen selalu berusaha untuk mengungkapkan informasi privat yang menurut pertimbangannya sangat diminati oleh investor dan pemegang saham, khususnya jika informasi tersebut merupakan berita baik (*good news*). *Signaling theory* menekankan bahwa perusahaan akan cenderung menyajikan informasi yang lebih lengkap untuk memperoleh reputasi yang lebih baik dibandingkan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan, yang pada akhirnya akan menarik investor. Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa semakin besar perusahaan maka semakin banyak pengungkapan tanggung jawab sosial yang disampaikan (Suwardjono, 2005).

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

Agency Theory mendasarkan hubungan kontrak antar anggota-anggota dalam perusahaan, dimana prinsipal dan agen sebagai pelaku utama. Prinsipal (pemegang saham) merupakan pihak yang memberikan mandat kepada agen untuk bertindak atas nama prinsipal, sedangkan agen (manajemen) merupakan pihak yang diberi amanat oleh prinsipal untuk menjalankan perusahaan. Agen berkewajiban untuk mempertanggungjawabkan apa yang telah diamanahkan oleh prinsipal kepadanya. Teori agensi menjelaskan hubungan antara prinsipal dengan agen. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu komitmen manajemen untuk meningkatkan kinerjanya terutama dalam kinerja sosial. Dengan demikian, manajemen akan mendapatkan penilaian positif dari *stakeholders*.

Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan teori agensi, dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi, yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Heinze dan Gray, *et al.* 1976). Ini didukung oleh teori legitimasi (*legitimacy theory*), dimana perusahaan mendapat legitimasi (respon) baik dari masyarakat karena perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dianggap dapat membiayai aktivitas sosialnya. Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah didalilkan untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan manajerial yang dapat membuat perusahaan memperoleh keuntungan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Leverage Terhadap Pengungkapan CSR

Leverage merupakan proporsi total kewajiban terhadap total ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Selain itu, *leverage* juga merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Sesuai dengan *signaling theory* yaitu, manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3 : Leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

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

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis isi (*content analysis*) peneliti akan mengamati ada tidaknya item informasi non keuangan yang diungkapkan dalam *annual report*, apabila item informasi non keuangan tidak ada dalam laporan keuangan maka diberi skor 0, dan jika item informasi non keuangan yang ditentukan ada dalam laporan keuangan tahunan maka

diberi skor 1. Item informasi non keuangan tersebut didasarkan pada *Key Succes Factors for Social Performance* yang berasal dari penelitian Hackston dan Milne (1996) yang kemudian dikutip oleh Sembiring, (2005) berisi 78 indikator pengukuran *corporate social responsibility*.

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage*. Ukuran dewan komisaris dilihat dari jumlah dewan komisaris yang ada di intern perusahaan. Profitabilitas diukur dengan *Return on Asset* (ROA) yaitu kemampuan perusahaan menghasilkan laba pada jumlah asset tertentu. Sedangkan variabel independen lain yaitu *leverage* yang diukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) yaitu seberapa tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya.

Populasi dan Sampel Penelitian

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

1. Perusahaan manufaktur yang terdftrar di BEI dari tahun 2009-2011 melalui situs Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).
2. Perusahaan yang mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial melalui laporan tahunannya.
3. Memiliki data yang lengkap berkaitan dengan variable-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.
4. Laporan keuangan yang tidak memiliki ekuitas negatif karena apabila ekuitas negatif akan mempengaruhi informasi yang dimiliki oleh perusahaan.

METODE ANALISIS

Analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinieritas, autokorelasi, heterokedasitas), analisis regresi berganda dan uji hipotesis (uji statistik f dan uji statistik t).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Berdasarkan kriteria-kriteria pengambilan sampel yang telah ditetapkan yaitu pada perusahaan-perusahaan yang melaporkan *annual report* yang memiliki pengungkapan CSR untuk tahun 2009 hingga 2011. Berdasarkan kriteria tersebut, sampel dalam penelitian ini sebanyak 155 yang dirinci pada tabel 1 :

Tabel 1
Sampel penelitian

Kriteria	2009	2010	2011
Jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	148	148	150
Tidak diperoleh anual report	(73)	(71)	(71)
Tidak ada laporan CSR dalam anual report	(13)	(14)	(16)
Memiliki ekuitas negatif	(11)	(11)	(11)
Sampel penelitian	51	52	52

Total sampel	155
--------------	-----

Hasil Penelitian

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2
Statistik Deskriptif

	UDK	PROFIT	LEV	CSR
Mean	5.11	8.2802	2.1651	0.2717
Median	5.00	7.3237	1.0233	0.2877
Minimum	2	-75.5766	0.0130	0.0423
Maksimum	11	41.600	40.3716	0.4857
Std.Deviation	2.091	12.7926	4.5154	0,1194

Sumber Data : Data Sekunder yang diolah, 2012

Keterangan :

UDK : Ukuran dewan komisaris

PROFIT : Profitabilitas

LEV : *Leverage*

CSR : *Corporate Social Responsibility*

Tabel 2 Variabel Ukuran Dewan Komisaris (UDK) dalam penelitian ini nilai rata-ratanya (mean) sebesar 5,11. Hal ini menunjukkan bahwa bagian terbesar dari perusahaan sampel memiliki dewan komisaris sebanyak 5 orang. Hal ini berarti bahwa sebagian besar perusahaan memiliki kecenderungan mendekati maksimum sebesar 5 orang anggota dewan komisaris.

Statistik deskriptif dari variabel profitabilitas perusahaan yang diukur dengan menggunakan *Return on asset* (ROA) di Tabel 2 menunjukkan rata-rata (mean) sebesar 8,2802%. Nilai ROA tersebut menunjukkan adanya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba hingga 8,2802% dibanding total asset yang dimiliki perusahaan. Nilai minimum dari profitabilitas adalah sebesar -75,5766% dan nilai maksimum dari profitabilitas adalah sebesar 41,6200%. Dibandingkan dengan nilai median sebesar 7,3237% maka profitabilitas cenderung marginal dengan standar deviasi 12,7926%.

Statistik deskriptif dari variabel *leverage* perusahaan yang diukur dengan menggunakan *debt to equity ratio* (DER) menunjukkan rata-rata sebesar 2,1651. Nilai *leverage* tersebut menunjukkan bahwa perusahaan memiliki hutang yang cenderung lebih besar dari modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Nilai minimum dari *leverage* adalah sebesar 0,0130 dan nilai maksimum dari rasio *leverage* adalah sebesar 40,3716. Bila dibandingkan dengan median sebesar 1,0233% maka *leverage* cenderung marginal dengan standar deviasi 4,5154%.

Penelitian ini menggunakan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) diperoleh rata-rata sebesar 0,2717 atau 27,17%. Hal ini berarti bahwa dalam satu periode 2009 hingga 2011 dalam *annual report*, perusahaan mengungkapkan sebanyak 27,17% pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Indeks pengungkapan CSR minimum adalah sebesar 0,0423 dan maksimum adalah sebesar 0,4857. Bila dibandingkan dengan nilai median maka pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan cenderung marginal sebesar 0,2877% atau 28,77% dengan standar deviasi sebesar 0,1194%.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas Residual

		Unstandardized Residual
N		140
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.11070101
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.061
	Negative	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		.725
Asymp. Sig. (2-tailed)		.670

a. Test distribution is Normal.

Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,670 yang berada diatas dari 0,05 yang berarti semua data terdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2009).

Tabel 4

Model		Hasil Uji Multikolinier	
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	UDK	0,947	1,056
	PROFIT	0,706	1,417
	Ln.Lev	0,729	1,372

Hasil pengujian menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris nilai tollerace sebesar 0,947 dengan VIF sebesar 1,056, profitabilitas nilai tollerance sebesar 0,706 dan VIF sebesar 1,417 sedangkan leverage nilai tollerance sebesar 0,729 dan VIF sebesar 1,372 yang masing-masing nilai tollerance <0,1 atau nilai VIF di bawah 10. Dengan demikian model regresi tersebut tidak terjadi masalah multikolinieritas.

Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.340 ^a	.115	.096	.1119153	1.784

a. Predictors: (Constant), Ln.LEV, UDK, PROFIT
b. Dependent: CSR

Berdasarkan tabel 5 Nilai DW yang diperoleh adalah sebesar 1,784. Nilai tabel du untuk k = 3 dan data sebanyak 140 diperoleh sebesar 1,74. Dengan demikian nilai DW = 1,784 berada diantara dl 1,74 dan 4 – du = dl 2,26. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi masalah autokorelasi pada model regresi.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2009).

Tabel 6
Hasil Uji Heterokedasitas

Model		Unstandardized	Standardized	t	Sig.
		B	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.121		8.692	.000
	UDK	-.005	-.162	-1.872	.063
	PROFIT	-.001	-.076	-.753	.453
	Ln.LEV	-.004	-.062	-.630	.530

a. Dependent Variable: AbsRes

Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel ukuran dewan komisaris sebesar 0,063, profitabilitas sebesar 0,453 dan leverage sebesar 0,530 yang memiliki signifikansi masing-masing > 0,05. Hal ini menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji pengaruh simultan (*fit model*) bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 7
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.222	3	.074	5.916	.001a
	Residual	1.703	136	.013		
	Total	1.926	139			

a. Predictors: (Constant), Ln.LEV, UDK, PROFIT

Tabel 7
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.222	3	.074	5.916	.001a
	Residual	1.703	136	.013		
	Total	1.926	139			

b. Dependent Variable: CSR

Hasil pengujian pada tabel 7 terlihat bahwa nilai F = 5,916 dengan probabilitas sebesar $0,001 < 0,05$. Nilai probabilitas pengujian yang lebih besar dari $\alpha = 0,05$ menunjukkan bahwa CSR dapat dijelaskan oleh ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan leverage.

Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji parametrik individual bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 8
Hasil Uji Statistik t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.189	.026		7.139	.000
	UDK	.010	.005	.183	2.207	.029
	PROFIT	.004	.002	.226	2.353	.020
	Ln.LEV	-.004	.011	-.037	-.394	.694

a. Dependent Variable: CSR

Dari Tabel 8 di atas dapat dilihat besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang dapat diketahui dari *beta unstandardized* yang ada. Persamaan regresi dalam penelitian ini diperoleh sebagai berikut :

$$CSR = 0,189 + 0,010 UDK + 0,004 PROFIT - 0,004 Ln.Lev$$

Hasil persamaan tersebut menunjukkan bahwa koefisien positif diperoleh pada variabel ukuran dewan komisaris dan profitabilitas sedangkan leverage memiliki arah koefisien negatif. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap CSR diperoleh nilai t sebesar 2,207 dengan nilai probabilitas sebesar 0,029 yang menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang artinya variabel ukuran dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap CSR.

Pengaruh profitabilitas terhadap CSR diperoleh nilai t sebesar 2,353 dengan nilai probabilitas sebesar 0,020 yang menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang artinya variabel profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap CSR. Arah koefisien positif menunjukkan bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang besar mengungkapkan CSR yang lebih luas.

Pengaruh leverage terhadap CSR diperoleh nilai t sebesar -0,364 dengan nilai probabilitas sebesar 0,694 yang menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak yang artinya variabel leverage tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap CSR.

Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (*adjusted R²*) adalah besaran yang menjelaskan proporsi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel-variabel bebas, yaitu sebagai berikut :

Tabel 9
Hasil Koefisien Determinasi

Mode	Adjusted R Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.340 ^a	.115	.096

a. Predictors: (Constant), Ln.LEV, UDK, PROFIT

b. Dependent Variable: CSR

Pada tabel 9 menunjukkan nilai Koefisien Determinasi (*adjusted R²*) sebesar 0,096 yang berarti bahwa hanya 9,6% saja CSR dalam penelitian ini dapat dijelaskan oleh variabel ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan leverage, sedangkan 90,4% CSR dapat dijelaskan oleh variabel lainnya.

Interpretasi Hasil

Penelitian ini membuktikan bahwa Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (*CSR*) dengan demikian dapat dinyatakan bahwa semakin besar jumlah dewan komisaris yang dimiliki oleh perusahaan, akan semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Penjelasan di atas dapat dilihat pada tabel 4.2 yang menunjukkan hasil statistik deskriptif dengan nilai mean sebesar 5,11 pada pengungkapan tanggung jawab sosial sebesar 0,2717, semuanya mengindikasikan pada posisi maksimum. Penelitian ini sama dengan penelitian Jurica Lucyanda dan Lady Graciaprilia Siagan (2012) yang menyebutkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *CSR*. Alasan mendasar atas adanya pengaruh yang signifikan dari variabel profitabilitas terhadap pengungkapan sosial *CSR* adalah karena dengan profitabilitas yang tinggi maka perusahaan memiliki lebih banyak dana yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan aktivitas *CSR*. Ini dapat dilihat pada tabel 4.2 yang menunjukkan hasil statistik deskriptif profitabilitas dengan *mean* sebesar 8,2802 sedangkan pengungkapan *CSR* sebesar 0,2717. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sitepu dan Hasan (2009) bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *CSR*.

Dari statistik deskriptif pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa pengungkapan *CSR* paling dominan terletak pada item lingkungan, kesehatan dan keselamatan kerja, lain-lain tentang tenaga kerja dan produk. Pengungkapan item-item dalam *CSR* ini dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Ini merupakan salah satu alasan semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin luas tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

Hasil pengujian menunjukkan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *CSR*. Ini dapat dilihat pada tabel 4.2 yang menunjukkan hasil statistik deskriptif nilai *leverage* sebesar 2,1651 sedangkan pengungkapan *CSR* sebesar 0,2717. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sembiring

(2005) bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan teori *signaling*, tingkat *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debt holders*.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa Ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan yang memiliki dewan komisaris yang lebih besar akan cenderung memberikan pengungkapan sosial yang lebih luas. Profitabilitas Perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang lebih besar akan cenderung memberikan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas. *Leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sampel yang digunakan dalam penelitian ini tergantung pada kelengkapan data pada laporan keuangan dari perusahaan yang termasuk kedalam kelompok sektor manufaktur tahun 2009-2011, sehingga tidak semua perusahaan yang dibutuhkan dapat dijadikan sampel karena informasi *annual report* hanya berasal dari *website* BEI, sehingga penelitian ini mengasumsikan bahwa data perusahaan yang tidak ada berarti tidak mengungkapkan informasi sosial.

REFERENSI

- Anggraini, Fr. RR. (2006). "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar pada Bursa Efek Jakarta)". *Symposium Nasional Akuntansi 9*. Padang, 23-26 Agustus.
- Amilia, Lucia dan Ikkha Retrinisari (2007). Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kelengkapan Laporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Diakses tanggal 22/08/2012 10.45.
- Anwar et. al, (2011). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dan Harga saham. *Journal of Accounting Vol. 1 No.1*. Diakses tanggal 22/08/2012 1050.
- Arifin Sabeni (2002), "An Empirical Analysis of The Relation Between The Board of Director's Composition and the level of Voluntary Disclosure", *Proceedings For The Fifth Indonesian Conference On Accounting*, No. 5 pp. 46-57
- Belkaoui, A.R. and Karpik, P.G. (1989), "Determinants of the corporate decision to disclose social information", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 2 No.1, pp. 36 – 51.
- Chandra Kinanti. (2011). Pengaruh Perusahaan, Jumlah Ukuran Dewan Komisaris, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Sebagai Wujud Akuntabilitas Perusahaan. Skripsi Tidak Dipublikasikan.
- Chariri, A dan Ghozali. (2007). *Teori Akuntansi*. Edisi 3. Semarang: BP Universitas Diponegoro.

- 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. 111-22.
- Devina, Florence, Suryanto L dan Zulaikha. 2005. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Publik di Bursa Efek Jakarta". *Jurnal Maksi*. Vol IV.
- Djarwanto, Ps. (2001). *Pokok-pokok Analisa Laporan Keuangan*. Edisi Pertama, Cetakan Ke 8, BPFE, Yogyakarta.
- Elinda dan Nazli. (2012). "Corporate Social Responsibility Dan Corporate Governance in Malaysian Government-Linked Companies". *Accounting Journals Emerald*, Vol 12, Iss: 3 pp 2-2.
- Fama, Eugene F. 1983. Agency Problems and the Theory of the Firm. *Journal of Political Economy*. 88, No.2 (April), hal. 288-307.
- Ghozali, I. *Aplikasi SPSS Cetakan IV (2009)*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Gray, R, Owen, D. and Maunders, K. (1987), "Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability", Prentice-Hall, London.
- Guthrie J. and Mathews, M.R. (1985), "Corporate social accounting in Australasia", *Research in Corporate Social Performance and Policy*, pp. 251 – 277.
- Hackston, David and Markus J. Milne. 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 9, No. 1, p. 77-108.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2009. *Eksposure Draft Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jensen, Michael C. dan W.H. Meckling.(1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, Vol 3, No. 4: 305-360.
- Luqman Hakim (2010). *Pertimbangan Investor Berinvestasi Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Go Publik Di Bursa Efek Indonesia*. Disertasi Tidak Dipublikasikan.
- Maignan, I and Ferrell, O. C. 2004, Corporate Social Responsibility and Marketing: an Integrative Framework, *Journal of The Academy of Marketing Science*, Vol. 32, No. 1, pp. 3 – 20.
- Mulyadi. 2002. *Auditing: Jilid 1 Edisi Enam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rawi dan Munawar. (2011). "Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusi, Leverage Dan Corporate Social Responsibility". *Journal of Accounting*. Diakses tanggal 22/08/2012. 10.43.
- Robbins, S.P. "Essentials of Organization Behavior". Edisi 12.,. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari dan Kholisoh (2009). "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur". *Journal of Accounting*. Diakses tanggal 22/08/2012. 10.38.

Saidi, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan Manufaktur Go Public Di BEJ Tahun 1997-2002, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol 11, No.1, Maret, hal 44-58.

Scott, William R. (2000), *Financial Accounting Theory*, 2nd edition, Prentice-Hall Canada Inc., Scarborough, Ontario.

Sekaran, Uma. (2006). *“Research Method for Business, Metodologi Penelitian untuk Bisnis”*. Edisi 4., Buku 1 dan 2. Terjemahan Kwan Men Yon. Jakarta: Salemba Empat.

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

Sitepu, A.C. (2009). “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Tahunan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta”. *Journal of Accounting*. Diakses tanggal 22/08/2012. 10.39.

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Untung, B.H. *Corporate Social Responsibility (2006)*. Jakarta: BP Sinar Grafika.

Wallace, R.S., Naser, K. and Mora, A. (1994), “The Relationship between the comprehensiveness of corporate annual reports and firm characteristics in Spain”, *Accounting and Business Research*, Vol. 25 No. 97, pp. 41 – 53.

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

www.idx.co.id

www.google.co.id

www.media.csrindonesia.co.id