

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP  
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL  
PERUSAHAAN**



**SKRIPSI**

**Karya Tulis sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen**

**Disusun Oleh:**

**FAWZIA ARGATSANIA SIFFA S.**

**NIM: 1M.08.1209**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
BANK BPD JATENG  
SEMARANG**

**2012**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP  
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**

**Disusun oleh:**

**FAWZIA ARGATSANIA SIFFA S.**

**NIM: 1M.08.1209**

Disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi  
STIE Bank BPD Jateng

Semarang, Oktober 2012

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Djoko Sudantoko, S.Sos, MM  
NIDN: 0607084501

Himawan Arif S., S.Pd, SE, M.Si  
NIDN: 0617117602

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP  
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**

**Disusun Oleh:**

**FAWZIA ARGATSANIA SIFFA S.**

**NIM: 1M.08.1209**

Dinyatakan diterima dan disetujui oleh Tim Penguji Skripsi STIE Bank BPD  
Jateng pada tanggal.....

**TIM PENGUJI**

1. Dr. H. Djoko Sudantoko, S.Sos, MM  
NIDN: 0607084501
2. Setyo Pantawis, SE, MM  
NIDN: 0615096701
3. Drs. Hery Prasetya, MM  
NIDN: 0627026701

**TANDA TANGAN**

Jateng

Mengesahkan,

Ketua STIE Bank BPD Jateng

Dr. H. Djoko Sudantoko, S.Sos, MM

NIDN: 0607084501

STIE BPD

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan.

Penelitian ini mengambil 27 sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2008 – 2011. Pengujian data dilakukan dengan menggunakan analisis statistik yaitu analisis regresi linier berganda, uji t, dan uji F. Uji t digunakan untuk menguji variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial ditemukan bahwa variabel ukuran perusahaan dan umur perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan variabel tingkat *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Variabel profitabilitas dan *profile* perusahaan memberikan hasil bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Uji F menunjukkan hasil bahwa secara bersama-sama ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kata kunci: Pengungkapan tanggung jawab sosial, ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, *profile* perusahaan.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the influence of corporate characteristics on social responsibility disclosure in the annual report. The independent variables in this study are firm size, profitability, leverage level, age of the company, and the company.*

*This study took 27 samples of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2008 to 2011. The test data is done using the statistical analysis of multiple linear regression analysis, t test, and F test. T-test is used to test the independent variable on the dependent variable partially. F test is used to test the effect of the independent variables together on the dependent variable.*

*The results showed that partially discovered that the variable firm size and firm age have a positive and significant impact on the disclosure of corporate social responsibility. While variable leverage levels and significant negative effect on the disclosure of social responsibility. Variable profitability and the company gave the result that these variables did not affect the expression of social responsibility. Test results show that F is jointly firm size, profitability, leverage level, age of the company, and the company affect the disclosure of corporate social responsibility.*

*Keywords: Corporate social responsibility disclosure, firm size, profitability, level of leverage, firm age, firm profile.*

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini adalah saya,

Nama : Fawzia Argatsania Siffa S.

NIM : 1M.08.1209

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul,

### **“PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN”**

Telah saya susun dengan sebenar-benarnya dengan memperhatikan kaidah akademik dan menjunjung tinggi hak atas karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi maupun unsur kecurangan lainnya pada skripsi yang telah saya buat tersebut, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya dan saya siap menerima segala konsekuensi yang ditimbulkannya termasuk pencabutan gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab.

Semarang, Oktober 2012

Fawzia Argatsania Siffa S.

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Kedua orangtuaku tercinta, Ayah Gandung Guntoro dan Ibu Dra. Arzia Rosyada yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, do'a dan kepercayaan padaku. Terima kasih untuk semua hal yang sudah kalian berikan kepadaku.
2. Kakak dan Adik tersayang, Prawira Sukma Arga Perdana dan Argatsalist Haidar Baharil Ilmi yang juga telah memberikan dukungan terbaik dan kasih sayang kepadaku. Terus lakukan yang terbaik untuk keberhasilan dan kebanggaan bagi orang tua kita.
3. Kekasih terhebat, yang telah menjadi teman berbagi dan memberi masukan-masukan berharga, Ivan Hartas Mahdang. Terima kasih untuk semua hal yang sudah dilakukan untuk kebaikanku.

Kalianlah motivator terbesar untukku.

## HALAMAN MOTTO

- ❖ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap. (Q.S. Al-Insyirah : 6 – 8)
- ❖ Jika kamu gagal untuk merencanakan sesuatu, sebenarnya kamu telah merencanakan kegagalan itu sendiri. (Agnes Monica)
- ❖ *Believe in yourself and all that you are. Know that there is something inside you that is greater than any obstacle.* (Christian D. Larson)

STIE BPD Jateng

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis persembahkan bagi Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN”**, serta tak lupa shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi jurusan manajemen program sarjana (S1) pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bank BPD Jateng Semarang. Penulis sangat merasakan betapa besar karunia Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran ditengah kekurangan dan keterbatasan penulis dalam penyusunan skripsi ini. Disamping itu, bantuan, dorongan, dan doa dari banyak pihak telah memungkinkan terselesaikannya tugas akhir ini, karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan berbagi ilmu kepada penulis. Yang terhormat kepada:

1. Bapak Dr. H. Djoko Sudantoko, S.Sos, MM, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bank BPD Jateng Semarang dan Dosen Pembimbing I yang telah memberikan sumbangan pemikiran, memberikan waktu untuk berdiskusi, dan mendorong penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Drs. Hery Prasetya, MM, selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen.
3. Bapak Himawan Arif S., S.Pd, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Fitri Lukiastuti, SE, MM, selaku Dosen Wali.
5. Ibu Siti Puryandani, SE, M.Si, selaku Dosen pengampu konsentrasi keuangan yang telah banyak memberikan ilmu selama penulis menjalani perkuliahan.

6. Seluruh Dosen pengampu STIE Bank BPD Jateng yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
7. Orang tua tercinta beserta keluarga besar yang selalu memberikan dukungan terbaik untuk penulis secara moril, materil, maupun spiritual.
8. Ivan Hartas Mahdang dan Keluarga besarnya, terima kasih untuk kesempatan, kepercayaan, dan dukungan yang selalu diberikan untuk penulis.
9. Saudari-saudari tercantik kost 700, Mutika, Ika, Anindita, Kakak Opi, Kakak Cing-cing, Emi, Nufi, serta adik-adikku, Icha, Novi, Fika, Tika, dan Yuli.
10. Sahabat-sahabat seperjuangan sejak berada di semester awal, Imas, Maretha, Icha, Dio, Raka, dan Yayas.
11. Sahabat sepermainan yang selalu memberikan semangat tanpa henti, Sulha, Noni, Rihka, Ita, Nunky, Tutut, Ima, Wiga, dan Miralda.
12. Teman-teman STIE Bank BPD Jateng jurusan akuntansi dan manajemen angkatan 2008.
13. Berbagai pihak yang telah membantu penyusunan skripsi dan tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih untuk sekecil apapun doa yang telah diberikan.

Keterbatasan akan ilmu pengetahuan dan kemampuan penulis serta banyak kekurangan yang menyebabkan skripsi ini tersusun kurang sempurna. Oleh karena itu, jika terdapat kritik dan saran yang membangun akan penulis terima. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya.

Semarang, Oktober 2012

Fawzia Argatsania Siffa S.

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Abstraksi .....	iv
<i>Abstract</i> .....	v
Surat Pernyataan.....	vi
Halaman Persembahan .....	vii
Halaman Motto.....	viii
Kata Pengantar .....	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel .....	xvi
Daftar Gambar.....	xvii
Daftar Lampiran .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar belakang Masalah .....	1
1.2 Pembatasan Masalah .....	8
1.3 Perumusan Masalah .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Manfaat Penelitian .....	11
1.6 Kerangka Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1 Laporan Tahunan .....	16
2.2 Laporan Keuangan .....	18

2.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	21
2.4 Teori Mengenai <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	25
2.4.1 Teori Legitimasi .....	25
2.4.2 Teori <i>Stakeholder</i> .....	25
2.4.3 Teori Kontrak Sosial.....	26
2.5 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	26
2.6 Ukuran Perusahaan.....	31
2.7 Profitabilitas .....	32
2.8 Tingkat <i>Leverage</i> .....	33
2.9 Umur Perusahaan .....	34
2.10 <i>Profile</i> Perusahaan .....	36
2.11 Penelitian Terdahulu .....	37
2.12 Pengembangan Hipotesis .....	39
2.12.1 Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	39
2.12.2 Profitabilitas dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	41
2.12.3 Tingkat <i>Leverage</i> dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	42
2.12.4 Umur Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	42
2.12.5 <i>Profile</i> Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	43
2.12.6 Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Tingkat <i>Leverage</i> , Umur Perusahaan, <i>Profile</i> Perusahaan, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	45

2.13 Model Penelitian .....	46
<b>BAB III MODEL PENELITIAN.....</b>	<b>47</b>
3.1 Definisi Konsep.....	47
3.1.1 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	47
3.1.2 Karakteristik Perusahaan .....	47
3.2 Definisi Operasional.....	49
3.3 Populasi dan Sampel .....	51
3.3.1 Populasi .....	51
3.3.2 Sampel .....	51
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	52
3.5 Metode Analisis Data.....	53
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	53
3.5.2 Analisis Regresi Berganda.....	54
3.5.3 Uji Asumsi Klasik .....	54
3.5.3.1 Uji Normalitas .....	55
3.5.3.2 Uji Multikolonieritas .....	56
3.5.3.3 Uji Heterokedastisitas .....	56
3.5.3.4 Uji Autokorelasi .....	56
3.5.4 Uji Kebaikan Model .....	57
3.5.4.1 Koefisien Determinasi.....	57
3.5.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	58
3.5.4.3 Uji Hipotesis.....	59
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	61
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	62

4.2.1 Statistik Deskriptif.....	62
4.2.2 Analisis Regresi Berganda.....	65
4.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	66
4.2.3.1 Uji Normalitas .....	66
4.2.3.2 Uji Multikolonieritas .....	69
4.2.3.3 Uji Heterokedastisitas .....	70
4.2.3.4 Uji Autokorelasi .....	72
4.2.4 Uji Keباikan Model .....	73
4.2.4.1 Ukuran Kesesuaian Model (Goodness of Fit).....	73
4.2.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	73
4.2.5 Uji Hipotesis.....	74
4.2.5.1 Uji statistik t (uji signifikansi parameter individual) .....	74
4.3 Analisis dan Pembahasan.....	78
4.3.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	78
4.3.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	79
4.3.3 Pengaruh Tingkat <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	80
4.3.4 Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	81
4.3.5 Pengaruh <i>Profile</i> Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	81
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>83</b>
5.1 Kesimpulan .....	83
5.2 Keterbatasan.....	85
5.3 Saran.....	86

5.4 Implikasi Manajerial .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>

STIE BPD Jateng

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 : Pengambilan Keputusan Pengujian Durbin-Watson.....	57
Tabel 4.1 : Tabel Uji Statistik Deskriptif .....	62
Tabel 4.2 : Tabel Uji Analisis Regresi Berganda.....	65
Tabel 4.3 : Tabel Uji Normalitas.....	68
Tabel 4.4 : Tabel Uji Multikolonieritas.....	69
Tabel 4.5 : Tabel Uji Heteroskedastisitas.....	71
Tabel 4.6 : Tabel Uji Autokorelasi.....	72
Tabel 4.7 : Tabel Ukuran Kesesuaian Model.....	73
Tabel 4.8 : Tabel Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	74
Tabel 4.9 : Tabel Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	75

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 : Kerangka Penelitian .....	14
Gambar 2.1 : Subjek-subjek Fundamental dari Tanggung Jawab Sosial menurut ISO 26000 .....	24
Gambar 2.2 : Model Penelitian.....	46
Gambar 4.1 : Hasil Pengujian Normalitas (Histogram) .....	67
Gambar 4.2 : Hasil Uji Normalitas (P-Plot).....	67
Gambar 4.3 : Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur
- Lampiran 2 : Item-item Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
- Lampiran 3 : Data Variabel Ukuran Perusahaan
- Lampiran 4 : Data Variabel Profitabilitas
- Lampiran 5 : Data Variabel Tingkat *Leverage*
- Lampiran 6 : Data Variabel Umur Perusahaan
- Lampiran 7 : Data Variabel *Profile* Perusahaan
- Lampiran 8 : Data Variabel *CSR Disclosure Index*
- Lampiran 9 : Tabulasi SPSS Data yang diolah
- Lampiran 10 : Hasil Output SPSS
- Lampiran 11 : Tabel Durbin Watson
- Lampiran 12 : Tabel T

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam akuntansi konvensional, pusat perhatian perusahaan adalah bagaimana perusahaan melayani para pemegang saham dengan cara menghasilkan laba yang tinggi bagi mereka dan hal ini menjadikan perusahaan lalai akan kondisi sekitarnya. Sikap keberpihakan perusahaan kepada para pemilik modal ini yang kemudian menjadikan pihak-pihak lain menuntut kepada perusahaan agar perusahaan dapat lebih memperhatikan lingkungan akibat dari aktivitas operasional mereka. Perusahaan seringkali mengabaikan tuntutan-tuntutan tersebut karena menganggap bahwa pihak-pihak di luar manajemen dan pemilik modal tidak memberikan kontribusi apapun terhadap kelangsungan perusahaan.

Seiring berkembangnya waktu, konsep konvensional tersebut tidak dapat lagi diterima oleh masyarakat. Tuntutan kepada perusahaan makin besar dan semakin menekan perusahaan untuk segera menanggapi tuntutan tersebut. Perusahaan mulai memperbaiki sistem aktivitas operasional mereka menjadi lebih baik dengan cara menjadi lebih peduli kepada pihak-pihak yang bersentuhan langsung maupun tidak langsung terhadap aktivitas operasional mereka. Perusahaan diharapkan dapat lebih peduli terhadap kepentingan *stakeholder* lain, yaitu karyawan, konsumen, dan masyarakat.

Informasi adalah kebutuhan mendasar bagi para investor dan calon investor untuk melakukan pengambilan keputusan. Adanya informasi yang lengkap, akurat, serta tepat waktu memungkinkan investor melakukan pengambilan keputusan secara rasional sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan.

Penyampaian informasi (pengungkapan) selain disampaikan melalui laporan keuangan dapat juga disampaikan melalui media lain dalam bentuk finansial maupun non-finansial. Informasi finansial dapat berupa laporan tahunan,

*prospectus*, laporan analisis dan sejenisnya, sedangkan informasi non-finansial antara lain berupa jumpa pers mengenai produk baru, rencana perluasan, rencana peningkatan kesejahteraan karyawan dan sebagainya (FASB, 1984 dalam Hasanah, 2008).

Laporan perusahaan-perusahaan yang *go public* di Bursa Efek merupakan media komunikasi antara perusahaan dan masyarakat yang membutuhkan informasi keuangan dan perkembangan perusahaan. Informasi dalam laporan tahunan ini dapat dikelompokkan dalam pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Lebih dari itu, tuntutan masyarakat selaku pengguna laporan keuangan untuk mendapat informasi sebanyak-banyaknya telah bergeser ke arah pertanggungjawaban perusahaan dalam masalah lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan kepada publik dalam laporan tahunan. Tanggung jawab sosial diartikan bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab pada tindakan yang mempengaruhi konsumen, masyarakat, dan lingkungan (Ivansevic dalam Hasanah, 2008).

Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*) memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi. Oleh karena itu, dalam perkembangan sekarang ini akuntansi konvensional telah banyak dikritik karena tidak dapat mengakomodir kepentingan masyarakat secara luas, sehingga kemudian muncul konsep akuntansi baru yang disebut sebagai *Social Responsibility Accounting (SRA)* atau Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial (Anggraini, 2006).

*Social Responsibility Accounting (SRA)* adalah suatu konsep yang berkaitan dengan tanggung jawab sebuah perusahaan terhadap karyawan dan lingkungan. Pengertian lingkungan bisa sangat luas mulai dari pemerintah hingga

masyarakat sekitar operasi perusahaan yang bersangkutan. Bentuk tanggung jawabnya juga bermacam-macam, seperti pemberdayaan ekonomi, hukum, dan perilaku etis terhadap masyarakat sekitar (Susanto dalam Hasanah, 2008)

*Corporate Social Responsibility* (selanjutnya disebut *CSR*) menjadi suatu topik yang menarik untuk dibahas lebih lanjut setelah konsep konvensional tersebut tidak dapat lagi diterima oleh masyarakat beberapa tahun terakhir ini. Banyak perusahaan yang mulai menerapkan konsep *CSR* tersebut dan menjadikan perusahaan tidak hanya bertanggung jawab secara *single bottom line* saja (*financial*), namun juga bertanggung jawab secara *triple bottom line*, yaitu memperhatikan kondisi sosial dan lingkungannya (Machmud dan Djakman, 2008). Berkembangnya *CSR* di Indonesia menjadikan *CSR* perlu mendapatkan perhatian lebih dari perusahaan selaku pelaksana daripada konsep *CSR* tersebut. Hal ini juga telah tercantum dalam UU RI No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 ayat 1 bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

*CSR* dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk kepedulian dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya yang disebabkan oleh kegagalan operasi perusahaan sehingga lingkungan masyarakat disekitar perusahaan merasakan dampak dari kegagalan tersebut ataupun rasa simpati perusahaan terhadap isu-isu sosial di masyarakat. Sebagai contohnya adalah PT. Unilever Indonesia melalui Yayasan Unilever Peduli memiliki program *CSR* unggulan Program Pengembangan Petani Kedelai Hitam yang bertujuan untuk menjembatani kebutuhan perusahaan dan para petani. Program ini dijalankan dari kurangnya pasokan kedelai hitam untuk Bango, salah satu produk Unilever Indonesia, program ini mengikutsertakan dan mengembangkan petani dalam memproduksi kedelai hitam. Melalui program ini, permasalahan petani, seperti rendahnya harga beli dan ketidakpastian pembeli, dapat terhapuskan. Diharapkan, program ini dapat meningkatkan kesejahteraan para petani (<http://informasicsr.blogspot.com>).

Selain kegiatan CSR, pengungkapan akan kegiatan CSR itu sendiri juga menjadi bagian penting dalam pelaksanaan kegiatan CSR. Masyarakat yang makin kritis menghadapi isu-isu lingkungan dan sosial juga membutuhkan informasi akan kegiatan sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan. Kebutuhan akan informasi ini juga pada akhirnya membuat perusahaan melakukan pengungkapan CSR pada laporan tahunan mereka. Hendriksen (1994) dalam Hasanah (2008) menyebutkan bahwa pengungkapan (*disclosure*) merupakan suatu istilah yang relatif namun merupakan tujuan dasar laporan keuangan setelah menentukan untuk siapa dan untuk tujuan apa informasi keuangan tersebut disajikan.

Menurut Gray *et. al.*, (1987) dalam Sembiring (2005) tumbuhnya kesadaran publik akan peran perusahaan di tengah masyarakat melahirkan kritik karena menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat *safety* produk, serta hak dan status tenaga kerja. Pengungkapan tanggung jawab sosial menjadi suatu keharusan untuk dilakukan perusahaan dalam rangka memberikan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan hubungan perusahaan dan lingkungan di sekitarnya. Dengan adanya pengungkapan CSR, keberlangsungan hidup dari perusahaan itu sendiri akan lebih dapat terjamin, sebab perusahaan dinilai oleh masyarakat selaku *stakeholder*, peduli dan bertanggung jawab terhadap dimensi sosial dan lingkungan hidup di sekitar perusahaan.

Informasi yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan wajib adalah pengungkapan yang harus dilakukan perusahaan sebagai bentuk *intervensi* atau campur tangan pemerintah untuk mengatasi adanya potensi kegagalan pasar. Sesuai dengan keputusan BAPEPAM No. Kep-38/PM/1996, informasi yang harus diungkapkan dalam laporan tahunan adalah ikhtisar data keuangan penting, analisis, dan pembahasan umum oleh manajemen, laporan keuangan yang telah diaudit, dan laporan manajemen. Sedangkan untuk pengungkapan sukarela adalah

perwujudan dari pengungkapan yang diperluas dan merupakan salah satu kebijakan yang dikeluarkan oleh perusahaan itu sendiri dengan mempertimbangkan faktor biaya dan manfaat. Pengungkapan sukarela muncul karena adanya kesadaran masyarakat akan lingkungan sekitar. Keberhasilan perusahaan tidak hanya pada laba saja tetapi juga ditentukan pada kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya (Yuliani, 2003 dalam Dewi, 2010).

Berbagai penelitian mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial memberikan keragaman hasil dan menjadikan hal ini menarik untuk dikaji lebih dalam. Penelitian yang dilakukan Sembiring (2005), Darwis (2009), Untari (2010), dan Utami (2010) membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Anggraini (2006), Sitepu dan Siregar (2009), Sari dan Kholisoh (2009), tidak menemukan adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian tentang pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, juga memiliki hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Sitepu dan Siregar (2009) dan Untari (2010) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian Sembiring (2005), Anggraini (2006), Darwis (2009), Sari dan Kholisoh (2009), memperoleh bukti bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hubungan antara tingkat *leverage* dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Anggarini (2006), Darwis (2009), Sitepu dan Siregar (2009), dan Untari (2010), mendapatkan hasil yang tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Cormier dan Magnan (1999) dalam Darwis (2009) menemukan hubungan yang negatif dan signifikan antara tingkat *leverage* dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Untari (2010) meneliti tentang pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, hasilnya menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan Utami (2010) membuktikan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

Dari beberapa penelitian mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR Disclosure*) di atas terdapat perbedaan hasil penelitian. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ulang dengan mengembangkan penelitian yang dilakukan oleh Untari (2010) dengan menambah variabel *profile* perusahaan. Penambahan variabel tersebut didasarkan atas penelitian terdahulu yaitu penelitian Sembiring (2005). *Profile* perusahaan dapat digunakan untuk mengukur karakteristik perusahaan dengan membedakan kelompok industri menjadi *high profile* dan *low profile*. Perusahaan *high profile* cenderung lebih banyak mengungkapkan item-item pengungkapan tanggung jawab sosial dibandingkan perusahaan *low profile* karena perusahaan *high profile* dianggap memiliki visibilitas konsumen, resiko politis yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi dibandingkan perusahaan *low profile* (Anggraini, 2006).

Penelitian ini mengambil sampel salah satu jenis industri, yaitu manufaktur yang memiliki kontribusi cukup besar dalam masalah polusi, limbah, keamanan produk, dan tenaga kerja. Di Indonesia sendiri belakangan ini banyak terdapat berbagai konflik industri seperti kerusakan alam akibat eksploitasi alam yang berlebihan tanpa diimbangi dengan perbaikan lingkungan ataupun keseimbangan alam dan lingkungan sekitar seperti adanya limbah ataupun polusi pabrik yang sangat merugikan lingkungan sekitarnya. Masalah kesejahteraan karyawan pun akhir-akhir ini semakin marak didengar yang merupakan salah satu konflik yang menimbulkan aksi protes sehingga karyawan melakukan aksi demo dan mogok kerja, mereka menuntut suatu kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan yang tidak memihak pada mereka seperti pemberian upah yang rendah

serta pemberian fasilitas kesejahteraan yang diterapkan oleh perusahaan yang tidak mencerminkan keadilan (Permana, 2012).

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang paling banyak berinteraksi dengan masyarakat dikarenakan proses produksi perusahaan manufaktur menghasilkan limbah produksi dan hal ini berkaitan erat dengan masalah pencemaran lingkungan. Proses produksi yang dilakukan perusahaan manufaktur juga mengharuskan mereka untuk memiliki tenaga kerja bagian produksi dan ini berkaitan erat dengan masalah keselamatan kerja. Selain itu, perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang menjual produk kepada konsumen sehingga isu keselamatan dan keamanan produk menjadi penting untuk diungkapkan kepada masyarakat (Yuliani, 2003 dalam Dewi, 2010). Kondisi perusahaan manufaktur yang cukup erat bersinggungan dengan masyarakat menjadikan perusahaan manufaktur menarik untuk diteliti, sebab pada kenyataannya juga masih sedikit perusahaan yang melakukan dan mematuhi ketentuan untuk melakukan tanggung jawab sosial.

Masyarakat sebagai konsumen merupakan kelompok yang cukup *sensitive* terhadap mutu sebuah produk yang berkaitan dengan kesehatan, kehalalan, dan keselamatan produk tersebut. Jika mutu produk tersebut dianggap tidak sesuai dengan mereka, konsumen cenderung dengan segera melakukan protes kepada perusahaan. Sedangkan masyarakat di sekitar pabrik, cenderung menuntut perusahaan agar lebih memperhatikan mengenai pengelolaan limbah yang dihasilkan oleh perusahaan, sebab tanpa pengelolaan yang tepat limbah tersebut mencemari lingkungan pemukiman masyarakat di dekat pabrik. Hal-hal inilah yang membedakan perusahaan manufaktur dari perusahaan lainnya, misalnya perbankan, dan menjadi alasan yang kuat untuk dilakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur. Selain itu, perusahaan manufaktur merupakan emiten terbesar dalam Bursa Efek Indonesia, sehingga bisa mewakili populasi yang ada.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**”.

## **1.2 Pembatasan Masalah**

Agar topik permasalahan tidak melebar dan menyimpang dari tujuan maka penulis membatasi pada jenis perusahaan dan periode penelitian. Dalam hal ini permasalahan dibatasi hanya pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan periode pengamatan tahun 2008 - 2011. Masalah yang akan diteliti juga akan dibatasi pada variabel karakteristik perusahaan yang meliputi ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan.

## **1.3 Perumusan Masalah**

Tanggung jawab sosial perusahaan menjadi salah satu pusat perhatian masyarakat saat ini. Kondisi masyarakat yang kian kritis dalam menanggapi isu-isu sosial dan lingkungan menuntut perusahaan untuk menjadi lebih peduli terhadap kondisi lingkungan di sekitar perusahaan. Masyarakat juga makin menuntut untuk mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya berkaitan dengan pengungkapan informasi keuangan dan informasi mengenai aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Karakteristik perusahaan merupakan indikator untuk mengukur tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam penelitian ini, karakteristik perusahaan diproksikan dengan ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan. Adanya *research gap* atau kesenjangan yang terjadi pada penelitian-penelitian yang berupa perbedaan hasil temuan dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai variabel independen atau variabel yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diukur dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* membuat peneliti ingin melakukan

pengembangan terhadap penelitian terdahulu. Variabel yang digunakan untuk diteliti pengaruhnya terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan. Obyek yang digunakan dalam penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Kondisi perusahaan manufaktur yang cukup erat bersinggungan dengan masyarakat menjadikan perusahaan manufaktur menarik untuk diteliti, sebab pada kenyataannya juga masih sedikit perusahaan yang melakukan dan mematuhi ketentuan untuk melakukan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian yang berbeda dapat dilihat sebagai berikut:

1. Darwis (2009) dan Untari (2010) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) yang menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Sitepu dan Siregar (2009) menyatakan hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan antara profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan Sari dan Kholisoh (2009) tidak menemukan pengaruh antara profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Anggraini (2006) dan Darwis (2009) mengatakan bahwa tingkat *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian Cormier dan Magnan (1999) dalam Darwis (2009) menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu terdapat pengaruh negatif signifikan antara tingkat *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Hasil penelitian Untari (2010) memberikan hasil bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Utami (2010) tidak menemukan pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

5. Sembiring (2005) dan Anggraini (2006) memberikan hasil bahwa *profile* perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Profile* perusahaan merupakan gambaran umum mengenai perusahaan. Perusahaan *high profile* cenderung mengungkapkan lebih banyak pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dibandingkan dengan perusahaan *low profile* karena tingkat sensitivitas yang lebih tinggi berkaitan dengan masyarakat yang dimiliki oleh perusahaan *high profile*.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, yaitu Sitepu dan Siregar (2009), Untari (2010), dan Utami (2010) meneliti pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara bersama-sama (simultan). Hasil penelitian Sitepu dan Siregar (2009) menunjukkan bahwa secara simultan, variabel ukuran dewan komisaris, tingkat *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap jumlah informasi sosial yang diungkapkan sebesar 30,5%. Untari (2010) juga menunjukkan bahwa variabel karakteristik perusahaan yang diprosikan dengan ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, dan umur perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan barang konsumsi secara bersama-sama. Dalam penelitian Utami (2010) juga ditemukan bahwa secara simultan, variabel independen (ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, dan umur perusahaan) mampu mempengaruhi tingkat *corporate social responsibility disclosure* sebesar 8,1%.

Berdasarkan uraian masalah yang telah diungkapkan sebelumnya maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

- a. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
- b. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
- c. Apakah tingkat *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

- d. Apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
- e. Apakah *profile* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
- f. Apakah ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
2. Untuk menganalisis pengaruh antara profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
3. Untuk menganalisis pengaruh antara tingkat *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
4. Untuk menganalisis pengaruh antara umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
5. Untuk menganalisis pengaruh antara *profile* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
6. Untuk menganalisis pengaruh antara ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan secara bersama-sama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian, seorang peneliti pasti ingin mendapatkan manfaat dari penelitiannya tersebut baik manfaat teoritis maupun praktis. Adapun manfaat dari penelitian adalah:

### 1.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai wacana dan referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan ekonomi, khususnya manajemen keuangan dan manajemen operasi, yang berhubungan dengan ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan.

### 1.5.2. Manfaat Praktis

Dalam melakukan sebuah penelitian, seorang peneliti pasti ingin mendapatkan manfaat dari penelitiannya tersebut. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

#### a. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi mengenai pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan dan agar perusahaan manufaktur menjadi lebih peka terhadap lingkungan di sekitar perusahaan.

#### b. Bagi Kalangan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan wacana dan referensi serta literatur di bidang keuangan, sehingga dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya yang terkait dan sejenis.

## 1.6 Kerangka Penelitian

Tahap pertama dalam penelitian ini adalah mengumpulkan studi literatur tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian-penelitian tersebut diantaranya dilakukan oleh Sembiring (2005), Anggraini (2006), Yap dan Widyaningdyah (2009), Sari dan Kholisoh (2009), Sitepu dan Siregar (2009), Darwis (2009), Utami (2010), dan Untari (2010).

Tahap kedua adalah dengan melakukan identifikasi masalah. Model penelitian yang dilakukan oleh Untari (2010) menunjukkan hasil koefisien determinasi (*Goodness of fit*) sebesar 36,2%. Hal ini berarti bahwa variabel-

variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut hanya berpengaruh sebesar 36,2% terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan sisanya 63,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Penelitian ini menambah variabel independen, yaitu *profile* perusahaan dengan harapan agar dapat memperbaiki model penelitian sebelumnya sehingga dapat meningkatkan nilai *adjusted R-square*.

Tahap ketiga adalah dengan merumuskan masalah yang akan diteliti yaitu tujuan dilakukannya penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Tahap keempat adalah dengan mengajukan kerangka teoritis dan hipotesis. Kerangka teoritis menunjukkan bagaimana alur penelitian berdasarkan teori yang ada dan penelitian terdahulu. Pengajuan hipotesis dilakukan untuk mempermudah penelitian tentang hipotesis yang diajukan peneliti, sehingga penelitian akan lebih terarah dan tidak menyebar.

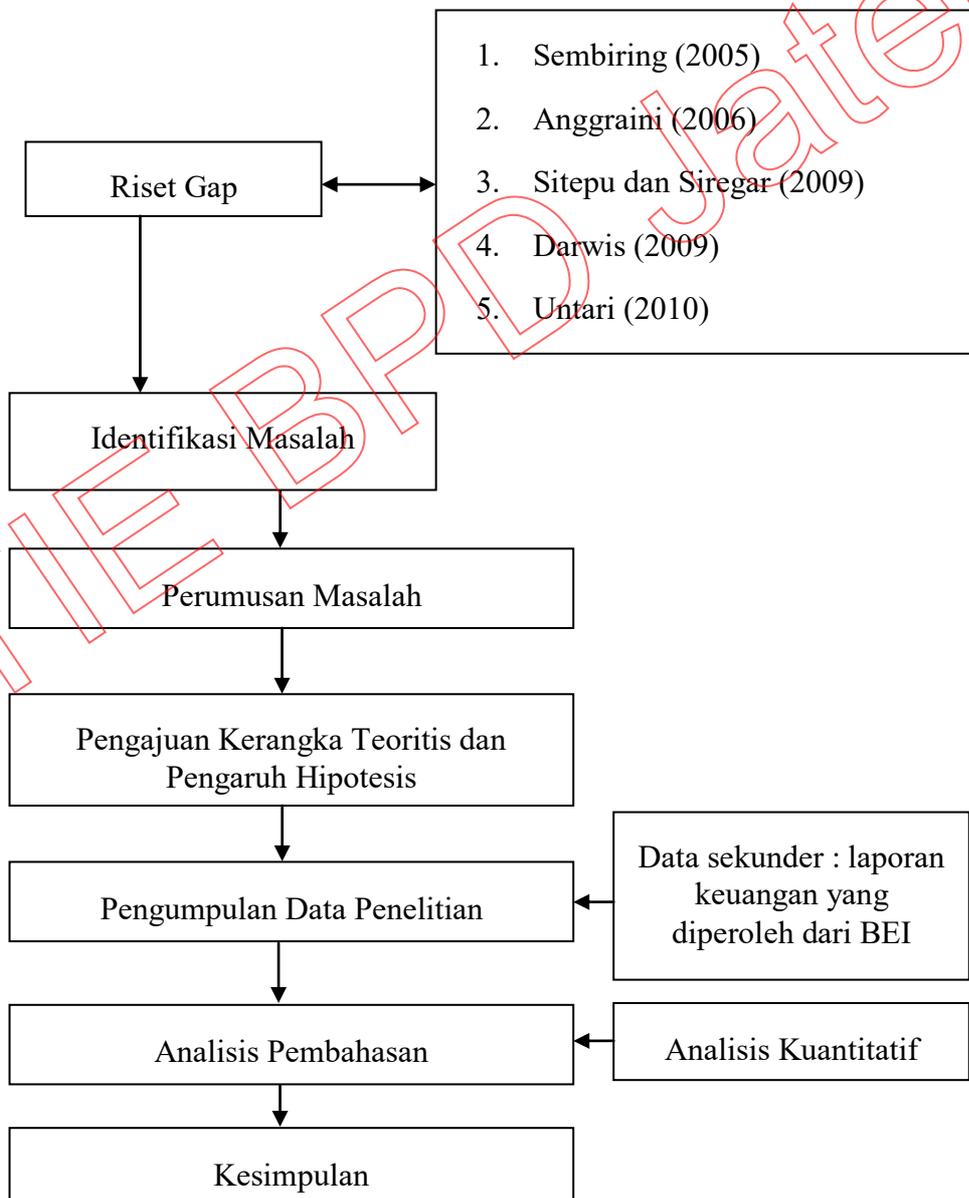
Tahap kelima adalah dengan mengumpulkan data untuk penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian diambil dari Bursa Efek Indonesia (BEI), yaitu: seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dari tahun 2008 - 2011. Perusahaan manufaktur diambil karena perusahaan manufaktur mempunyai jumlah paling besar dibanding dengan sektor lain, sehingga hasilnya diharapkan dapat mewakili seluruh perusahaan yang ada di Indonesia.

Tahap keenam adalah dengan melakukan analisis pembahasan. Analisis pembahasan yang digunakan adalah analisis kuantitatif, yaitu analisis dengan menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan yang dipublikasikan. Alat yang digunakan untuk mengolah data penelitian adalah alat statistik SPSS dengan menggunakan seluruh alat yang terdapat dalam program tersebut seperti regresi linier berganda. Pengolahan data akan menghasilkan gambaran tentang hasil penelitian tentang bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Hasil analisis dari tahap menganalisis data nantinya akan dijabarkan dan akan ditarik kesimpulan. Kesimpulan penelitian akan menjawab bagaimana pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan uraian tersebut, maka bagan kerangka penelitiannya adalah sebagai berikut:

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Penelitian**



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka berisi tentang teori yang meliputi laporan tahunan, laporan keuangan, *Corporate Social Responsibility* (tanggung jawab sosial perusahaan), teori mengenai *social responsibility* meliputi teori legitimasi, teori *stakeholder*, dan teori kontrak sosial; pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, *profile* perusahaan, dan hubungan antar variabel. Tinjauan pustaka berisi tentang penjabaran konsep-konsep dari variabel-variabel yang akan digunakan, serta literatur yang berhubungan dalam penelitian ini. Konsep-konsep tersebut diperoleh dari berbagai sumber, meliputi buku, jurnal ilmiah, maupun situs-situs yang mendukung mengenai penjabaran konsep tersebut.

Di dalam bab dua ini, akan dibahas mengenai variabel dependen dan variabel independen dalam penelitian secara lebih mendalam. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah karakteristik perusahaan yang diproksikan dengan ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan. Selain itu, dalam bab ini juga akan menjelaskan mengenai hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, hubungan antara tingkat *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, hubungan antara umur perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, serta hubungan antara *profile* perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pada bagian akhir di bab ini akan terdapat penjelasan mengenai penelitian-penelitian terdahulu yang meneliti tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## 2.1 Laporan Tahunan

Laporan tahunan merupakan dokumen yang setiap tahun dikeluarkan oleh perusahaan yang berisi tentang laporan keuangan yang telah diperiksa oleh akuntan publik dan didalamnya juga terdapat laporan keuangan perusahaan termasuk informasi-informasi tambahan meliputi perusahaan, produk perusahaan serta hal-hal yang berkaitan dengan usaha perusahaan selama satu tahun. Laporan tahunan merupakan media utama manajemen untuk menyampaikan informasi mengenai perusahaan terhadap pihak-pihak eksternal perusahaan. Dikutip dari laman Wikipedia (2010), laporan tahunan merupakan laporan perkembangan dan pencapaian yang berhasil diraih organisasi dalam setahun. Data dan informasi yang akurat menjadi kunci penulisan laporan tahunan. Isi dari laporan tahunan tersebut mencakup laporan keuangan dan prestasi akan kinerja organisasi selama satu tahun. Para manajer juga menjadikan laporan tahunan sebagai media utama mereka dalam menunjukkan efektivitas pencapaian tujuan dan melaksanakan fungsi pertanggungjawaban dalam organisasi (Yuninda, 2010). Perusahaan wajib membuat laporan tahunan yang berisi tentang laporan keuangan perusahaan, analisis manajemen, dan informasi lain yang wajib dipublikasikan kepada para *stakeholders* (Keputusan Bapepam No. Kep-38/PM/1996).

Terdapat beberapa fungsi mendasar dari sebuah laporan tahunan yang dibuat oleh masing-masing perusahaan, yaitu sumber dokumentasi informasi perusahaan tentang apa yang telah dicapai perusahaan selama setahun, sebagai alat pemasaran yang kreatif bagi perusahaan melalui integritas desain dan tulisan, menambah daya tarik perusahaan di mata konsumen, sebagai dokumen lengkap yang menceritakan secara mendetail kinerja perusahaan, beserta dengan neraca rugi laba perusahaan dalam setahun, serta memberikan gambaran mengenai tugas, peran, dan pekerjaan masing-masing bidang.

Penulisan laporan tahunan bukanlah sebuah proses yang mudah, melainkan memerlukan waktu yang cukup lama. Laporan tahunan ini biasa ditulis oleh seorang praktisi humas yang mengetahui secara rinci kinerja organisasi. Terdapat beberapa acuan penulisan laporan tahunan yaitu:

1. Disusun secara objektif. Pesan yang disusun digunakan untuk membangun kesadaran publik akan perkembangan suatu perusahaan.
2. Disusun dan ditulis dalam bentuk majalah berita dengan disertai foto yang mengkilap dan desain yang menarik.
3. Evaluasi atas laporan tahunan sebelumnya menjadi dasar untuk penulisan laporan tahunan selanjutnya.
4. Dilengkapi dengan fakta dan data-data statistik untuk menggambarkan keadaan perusahaan secara lebih detail.

Untuk menyusun sebuah laporan tahunan yang baik, terdapat berbagai tahapan yang perlu diketahui oleh seorang praktisi humas, yakni:

1. Tujuan penulisan laporan adalah untuk menginformasikan prestasi perusahaan yang nantinya diharapkan dalam mengubah sikap publik.
2. Mengidentifikasi publik sasaran berarti menentukan secara pasti kepada siapa laporan tahunan yang dibuat tersebut diperuntukkan. Publik sasaran terdiri dari calon investor, analis keuangan, karyawan, pemerintah, dan pihak media massa.
3. Menentukan tema laporan, yakni menentukan hal-hal penting apa saja, termasuk pesan kunci utama yang ingin disampaikan kepada publik sasaran.
4. Mengombinasikan angka-angka, grafik, foto, tulisan. Laporan tahunan dibuat semenarik mungkin dengan desain yang lengkap. Laporan tahunan yang terlalu tebal jika hanya diisi dengan angka dan tulisan akan membuat pembaca bingung dan jenuh.
5. Mengklasifikasikan laporan dalam beberapa bagian. Laporan tahunan biasa dipecah menjadi beberapa bagian inti, yakni ringkasan keuangan, surat kepada pemegang saham, operasi perusahaan, perkembangan perusahaan, pernyataan keuangan, dan informasi seputar karyawan dan direksi perusahaan.
6. Memasukkan komentar pimpinan perusahaan. Pimpinan perusahaan merupakan seorang yang memiliki peranan penting dalam memberikan

kesan perusahaan terhadap publik sasaran. Hal ini untuk memberi kesan komitmen dari pihak manajemen supaya perusahaan tetap menjadi yang terdepan dalam hal memenuhi visi dan misi perusahaan.

Kelebihan laporan tahunan yang dibuat secara lengkap dan didesain secara menarik akan menjadi sebuah dokumen yang sangat efektif untuk menginformasikan sekaligus mempromosikan perusahaan tersebut kepada publik sasaran, sedangkan kelemahan dari laporan tahunan yang berbentuk seperti buku dan tebal seringkali membuat publik sasaran enggan untuk membaca keseluruhan laporan tahunan tersebut.

Dikutip dari Hasanah (2008), adapun bentuk dan isi laporan tahunan menurut ketentuan Bapepam dengan No. Kep-38/PM/1996 meliputi:

1. Bagian mengenai ketentuan umum
2. Laporan manajerial
3. Ikhtisar data keuangan penting
4. Analisis dan pembahasan umum oleh manajemen
5. Catatan atas laporan keuangan

## **2.2 Laporan Keuangan**

Laporan keuangan merupakan laporan tertulis yang menyajikan informasi kuantitatif mengenai posisi keuangan dan perubahan-perubahannya, serta hasil yang dicapai dalam periode tertentu. Tujuan laporan keuangan telah dijelaskan oleh IAI (1995) dalam Standar Akuntansi Keuangan yaitu menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, *performance*, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Laporan keuangan disajikan dalam dua bentuk, yaitu : (1) posisi keuangan pada suatu periode atau yang lebih dikenal dengan istilah neraca, (2) perubahan posisi keuangan untuk suatu periode, yang terdiri atas laporan laba/rugi dan laporan perubahan ekuitas.

## 1) Neraca

Neraca merupakan suatu daftar keuangan yang memuat ikhtisar tentang harta, hutang, dan modal suatu unit usaha atau perusahaan suatu saat tertentu yang biasanya pada penutupan hari terakhir dari suatu bulan atau suatu tahun. Neraca merupakan laporan keuangan utama yang harus selalu diterbitkan oleh perusahaan yang menyajikan informasi mengenai posisi keuangan perusahaan periode tertentu.

Neraca menyajikan dua bagian pokok, yaitu aktiva (*assets*) dan pasiva (*liabilities and capital*). Aktiva merupakan jumlah harta atau kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan, sedangkan pasiva adalah jumlah kewajiban-kewajiban perusahaan atau sumber yang digunakan untuk membiayai aktiva tersebut.

## 2) Laporan Laba/Rugi

Laporan laba/rugi adalah suatu daftar yang memuat ikhtisar mengenai penghasilan, biaya, serta hasil neto suatu perusahaan pada periode tertentu. Laporan laba/rugi ini merupakan laporan keuangan utama selain neraca, yang menyajikan informasi mengenai perubahan posisi keuangan dari kegiatan operasi perusahaan selama satu periode tertentu yang menyajikan dua unsur pokok, yaitu penghasilan dan biaya.

Penghasilan merupakan penerimaan pendapatan atau dana akibat penyerahan barang ataupun jasa dalam usaha mencapai tujuan perusahaan (laba). Penghasilan menurut sumbernya dibedakan atas : (a) usaha pokok (hasil penjualan barang atau jasa), (b) usaha sampingan (misal : sewa, dividen, bunga, deposito, komisi).

Biaya merupakan pengeluaran atau beban yang timbul untuk menjalankan perusahaan atau proses produksi yang dipergunakan dalam rangka mendapatkan laba/rugi. Biaya ini merupakan beban perusahaan yang mengakibatkan berkurangnya modal.

Laba merupakan penghasilan yang jumlahnya melebihi jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Sedangkan rugi merupakan kondisi

dimana penghasilan berjumlah lebih sedikit daripada biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

### 3) Laporan Perubahan Ekuitas

Laporan perubahan ekuitas adalah perbandingan antara investasi semua pada awal periode dengan ekuitas yang dilaporkan dalam daftar neraca pada akhir periode, menyatakan suatu perubahan ekuitas. Laporan perubahan ekuitas adalah suatu daftar yang memuat ikhtisar terperinci tentang perubahan ekuitas suatu perusahaan pada suatu periode tertentu, misalnya satu bulan atau satu tahun. Dua unsur penting yang dapat menyebabkan perubahan ekuitas, yaitu:

- a. Transaksi operasi, yakni transaksi yang bersangkutan dengan kegiatan usaha perusahaan pada umumnya, dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.
- b. Transaksi ekuitas, yakni transaksi yang timbul akibat hubungan antara pemilik dengan perusahaan yang bersangkutan dalam usaha penyediaan dana.

Dikutip dari Vindayanti (2011), Chariri dan Ghozali (2007) menyebutkan empat karakteristik kualitatif laporan keuangan, yaitu (1) Relevan, (2) Dapat dipahami, (3) Keandalan (*reliability*), (4) Dapat dibandingkan (*comparability*).

#### 1) Relevan

Agar bermanfaat, informasi harus relevan untuk memenuhi kebutuhan pemakai dalam proses pengambilan keputusan. Informasi memiliki kualitas relevan agar dapat mempengaruhi keputusan ekonomi pemakai dengan membantu mereka mengevaluasi peristiwa masa lalu, masa kini atau masa depan, menegaskan atau mengoreksi hasil evaluasi mereka di masa lalu.

#### 2) Dapat dipahami (*understandability*)

Kualitas penting informasi yang ditampung dalam laporan keuangan adalah kemudahannya untuk segera dapat dipahami oleh pemakai. Untuk maksud ini, pemakai diasumsikan memiliki pengetahuan yang memadai tentang aktivitas ekonomi dan bisnis, akuntansi serta kemauan untuk mempelajari informasi

dengan ketekunan yang wajar. Namun demikian informasi kompleks yang seharusnya dimasukkan dalam laporan keuangan tidak dapat dikeluarkan hanya atas dasar pertimbangan bahwa informasi tersebut terlalu sulit untuk dapat dipahami oleh pemakai tertentu.

Kedua karakteristik diatas (relevan dan dapat dipahami) merupakan karakteristik kualitas utama yang membuat informasi akuntansi bermanfaat.

3) Keandalan (*reliability*)

Agar bermanfaat, informasi juga harus andal (*reliable*). Informasi memiliki kualitas andal jika bebas dari pengertian yang menyesatkan, kesalahan material, dan dapat diandalkan pemakainya sebagai penyajian yang tulus atau jujur (*faithfull representation*) dari yang seharusnya disajikan atau secara wajar diharapkan dapat disajikan.

4) Dapat dibandingkan (*comparability*)

Informasi dalam laporan keuangan akan lebih berguna bila dapat diperbandingkan dengan informasi akuntansi periode sebelumnya pada perusahaan yang sama, atau dengan perusahaan sejenis lainnya pada periode waktu yang sama.

### **2.3 Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan)**

Tanggung jawab sosial muncul dan berkembang sejalan dengan interrelasi antara perusahaan dan masyarakat, yang sangat ditentukan oleh dampak yang timbul dari perkembangan dan peradaban masyarakat. Dimana semakin tinggi tingkat peradaban masyarakat, khususnya akibat dari perkembangan ilmu sehingga meningkatkan kesadaran dan perhatian lingkungan memunculkan tuntutan tanggung jawab perusahaan. Hal tersebut dikarenakan peningkatan pengetahuan masyarakat akan meningkatkan keterbukaan ekspektasi masa depan dan sustainabilitas pembangunan (Hadi, 2011).

Untuk memenuhi kontrak sosial perusahaan kepada masyarakat, perusahaan dihadapkan kepada beberapa tanggung jawab sosial secara simultan. Tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Jones (1995) dalam Solihin (2011) mengklasifikasikan *stakeholders* ke dalam 2 kategori, yaitu:

a. *Inside Stakeholders*

Terdiri atas orang-orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan-tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam organisasi perusahaan. Yang termasuk *inside stakeholders* adalah para pemegang saham (*stockholders*), para manajer, dan karyawan.

b. *Outside Stakeholders*

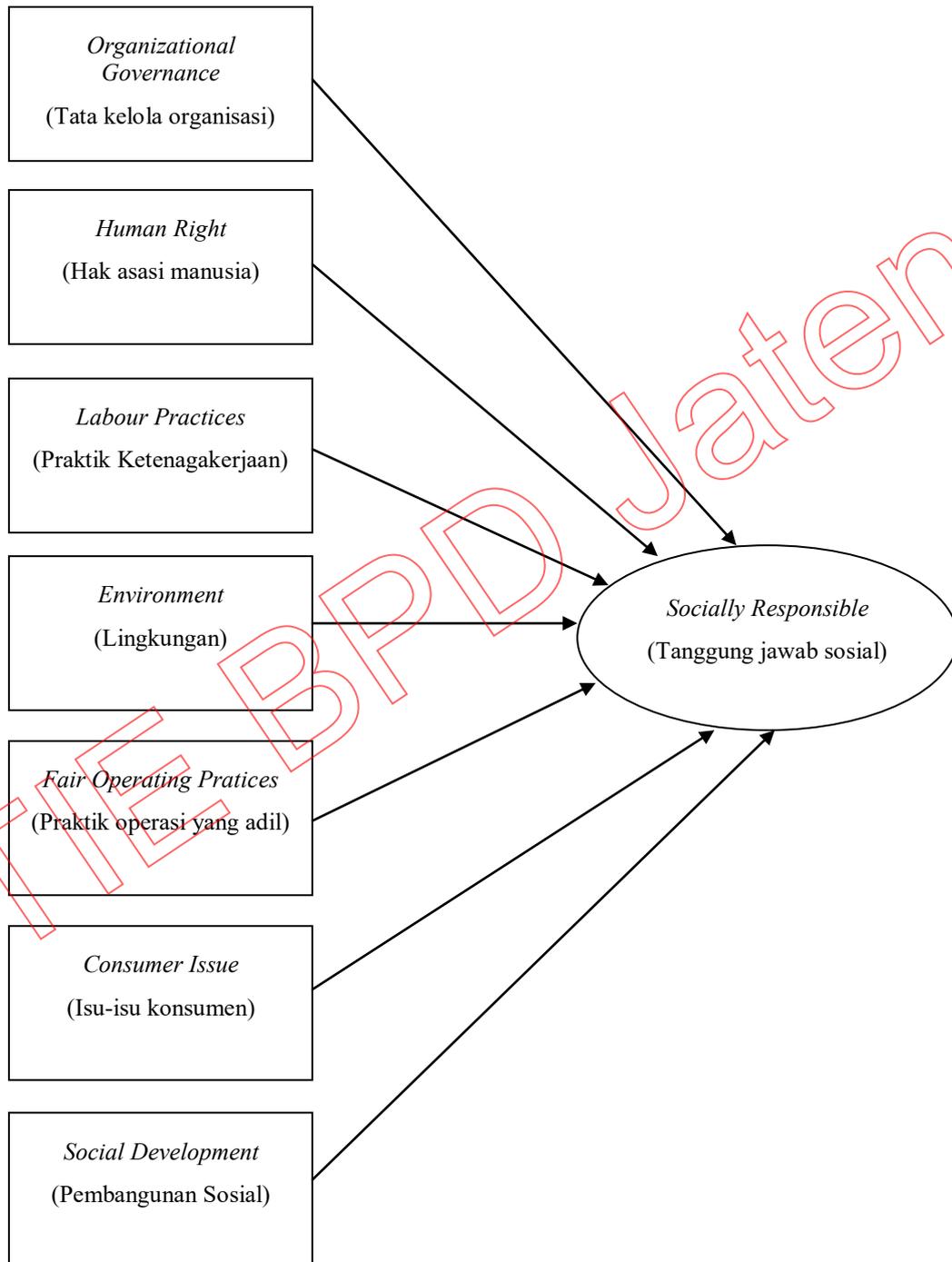
Terdiri atas orang-orang maupun pihak-pihak (*constituencies*) yang bukan pemilik perusahaan, bukan pemimpin perusahaan, dan bukan pula karyawan perusahaan, namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan dipengaruhi oleh keputusan serta tindakan yang dilakukan perusahaan. *Outside stakeholders* terdiri dari pelanggan (*customers*), pemasok (*suppliers*), pemerintah (*government*), masyarakat lokal (*local communities*), dan masyarakat secara umum (*general public*).

Perkembangan awal mengenai *social responsibility* masih dipahami dengan sederhana, dimana pada saat itu *social responsibility* masih dipahami sebagai wujud dari prinsip derma perusahaan (*charity principle*) kepada lingkungan masyarakat sekitar perusahaan. Selain prinsip derma, prinsip perwalian (*stewardship principle*) juga menjadi salah satu prinsip yang berkembang di awal munculnya konsep tanggung jawab sosial. Prinsip perwalian menjelaskan bahwa perusahaan merupakan wali yang dipercaya oleh masyarakat untuk mengelola berbagai sumber daya (Post *et al.*, 2002 dalam Solihin, 2011).

Perkembangan konsep CSR di era 1990-an sampai saat ini telah mencapai pada satu poin penting, yaitu mengenai konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*). *The Brundtland Commission* (1987) mendefinisikan pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan yang dapat memenuhi kebutuhan manusia saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan mereka. Konsep ini mendorong munculnya *sustainability report* dengan menggunakan metode *triple bottom line* yang dikembangkan oleh Elkington maupun menggunakan pedoman penyusunan *sustainability report* dari *Global Reporting Initiative* (GRI).

Perkembangan penting lainnya adalah implementasi ISO 26000 yang mengatur tentang standar *social responsibility*. ISO 26000 dipublikasikan pada bulan November 2009 dan menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan *social responsibility* adalah tanggung jawab perusahaan atas dampak dari berbagai keputusan dan aktivitas mereka terhadap masyarakat dan lingkungan melalui suatu perilaku yang terbuka dan etis. Berbagai isu yang tercakup dalam tanggung jawab sosial digambarkan pada gambar 2.1 di bawah ini.

**Gambar 2.1**  
**Subjek-subjek Fundamental dari Tanggung Jawab Sosial menurut**  
**ISO 26000**



Sumber: [www.iso.org/sr](http://www.iso.org/sr).

## 2.4 Teori Mengenai *Corporate Social Responsibility*

### 2.4.1 Teori Legitimasi

Konsep mengenai legitimasi secara modern dikembangkan oleh Weber yang menyatakan terdapat asumsi bahwa legitimasi harus memiliki hubungan ciri-ciri orotitatif, hukum, perasaan, mengikat, atau kebenaran yang melekat pada sebuah tatanan pemerintah atau negara (Harsanti, 2011). Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan seseorang atau sekelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik ataupun nonfisik. O'Donovan (2002) dalam Hadi (2011) berpendapat bahwa legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat.

Konsep legitimasi berhubungan dengan bagaimana peran legitimasi dalam kehidupan sosial, khususnya pada terbentuk dan bertahannya wewenang. Secara mendasar, legitimasi adalah hubungan sosial tertentu yang dikukuhkan sebagai hal yang benar dan tepat secara moral. Legitimasi merupakan status atau kondisi yang terjadi ketika sistem nilai suatu entitas adalah sama dan sebangun dengan masyarakat.

### 2.4.2 Teori *Stakeholder*

*Stakeholder* adalah semua pihak baik internal ataupun eksternal yang mempengaruhi perusahaan secara langsung ataupun tidak langsung. Dengan demikian, *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal yang meliputi pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sebagainya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, dan lain sebagainya yang sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan (Hadi, 2011).

Berdasarkan uraian tersebut jelas diketahui jika perusahaan tidak bisa melepaskan diri dari lingkungan sosial sekitarnya. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung dalam pencapaian tujuan

perusahaan, yaitu stabilitas usahan dan jaminan *going concern* (Adam C.H., 2002 dalam Hadi, 2011).

### 2.4.3 Teori Kontrak Sosial

Teori ini berakar dari pemikiran Plato, *The Republic* (427 SM-347 SM). Kemudian, Thomas Hobbes (1588-1679) secara eksplisit menjelaskan mengenai konsep *Social Contract Theory* pada abad 17 dalam karyanya yang berjudul *Leviathan*. Secara lebih lanjut, konsep tersebut dikembangkan oleh John Locke (1632-1704) yang menyatakan bahwa pada dasarnya bentuk dan sifat lingkungan sosial bersifat *apolitical*, yaitu dimana pelaku sosial memiliki tanggung jawab untuk mematuhi hukum alam yang sudah teratur (Chariri Anis, 2007 dalam Hadi 2011).

Kontrak sosial dibuat sebagai media untuk mengatur tatanan sosial kehidupan masyarakat. *Social Contract* dibangun dan dikembangkan untuk menjelaskan hubungan antara perusahaan terhadap masyarakat (*society*). Perusahaan memiliki kewajiban untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat setempat. Perusahaan selalu berinteraksi terhadap masyarakat untuk memenuhi dan mematuhi aturan maupun norma-norma yang berlaku di masyarakat.

## 2.5 Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal secara efisien (Hendriksen, 1996 dalam Untari, 2010). Di Indonesia, melalui peraturan pasar modal yang tertuang dalam Surat Keputusan Bapepam No. Kep-38/PM/1996 terkait dengan pengungkapan dalam laporan keuangan, membagi pengungkapan menjadi dua jenis, yaitu :

### a) Pengungkapan Wajib (*Mandatory Disclosure*)

Pengungkapan wajib merupakan pengungkapan yang dipaksakan pemerintah kepada perusahaan sebagai bentuk intervensi pemerintah untuk

mengatasi adanya potensi kegagalan pasar (Chariri dan Ghozali dalam Ekasari, 2005 dalam Hasanah, 2008).

Pengungkapan wajib ini dimuat dalam laporan tahunan perusahaan yang telah melakukan penawaran umum dan perusahaan publik. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan menurut Keputusan Ketua Bapepam No. Kep-38/PM/1996 adalah ikhtisar data keuangan yang telah diaudit dan laporan manajemen. Selain itu, pengungkapan wajib juga diatur oleh IAI dalam PSAK No. 1 (revisi 1998) paragraf tujuh yang menjelaskan bahwa komponen dalam laporan keuangan yang wajib diungkapkan adalah: (a) Neraca, (b) Laporan Laba Rugi, (c) Laporan Perubahan ekuitas, (d) Laporan Arus Kas, (e) Catatan atas Laporan Keuangan.

Pengungkapan informasi wajib yang dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu dan dimaksudkan untuk menyediakan informasi-informasi pokok yang relevan sehingga informasi tersebut dapat digunakan oleh investor.

b) Pengungkapan Sukarela (*Voluntary Disclosure*)

Pengungkapan sukarela merupakan perwujudan dari pengungkapan yang diperluas dan merupakan salah satu kebijakan yang dikeluarkan oleh perusahaan sendiri dengan pertimbangan faktor biaya dan manfaat (Skousen *et al.*, 2001 dalam Ekasari, 2005 dalam Hasanah, 2008).

Item dalam pengungkapan sukarela meliputi hal-hal yang terkait dengan kegiatan diluar operasi rutin perusahaan. oleh karena itu, secara umum pengungkapan sukarela meliputi pengungkapan yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan, seperti lingkungan, energi, tenaga kerja, masyarakat, dan lain-lain.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting*, atau *corporate social responsibility* merupakan proses pengakomodasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok

khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Hackston dan Milne, 1996 dalam Yap dan Widyaningdyah, 2009). Darwin (2004) dalam Anggarini (2006) menyatakan pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasi dan interaksi dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

Menurut Hendriksen dan Breda (2002) dalam Yuninda (2010), ada tiga konsep yang digunakan dalam pengungkapan laporan keuangan, antara lain:

- a. *Adequate Disclosure* (Pengungkapan yang Memadai)  
Pengungkapan ini menyiratkan jumlah pengungkapan minimum yang sejalan dengan tujuan negatif dalam membuat laporan keuangan. Tujuannya adalah agar laporan keuangan tersebut tidak menyesatkan.
- b. *Fair Disclosure* (Pengungkapan yang Wajar)  
Pengungkapan ini menyiratkan tujuan etika, yaitu memberikan perlakuan yang sama kepada semua calon pembaca.
- c. *Full Disclosure* (Pengungkapan yang Lengkap)  
Pengungkapan ini menyiratkan penyajian seluruh informasi yang relevan.

Salah satu bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diwujudkan dalam *sustainability report* yang berhubungan dengan konsep pembangunan berkelanjutan. Dalam menyusun laporan tersebut, digunakan pedoman khusus untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Adapun pedoman penyusunan *sustainability report* untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Konsep *Triple Bottom Line*

*Triple bottom line* merupakan metode akuntansi baru yang diadopsi oleh perusahaan dalam penyusunan laporan yang mengungkapkan tanggung jawab sosial tersebut. Menurut Elkington (1997) dalam Solihin (2011), konsep *triple bottom line* ini merupakan perluasan konsep akuntansi tradisional yang hanya

memuat *single bottom line* saja, yaitu hasil keuangan dari aktivitas ekonomi perusahaan. Konsep tersebut menjelaskan bahwa jika perusahaan ingin bertahan maka perusahaan harus memperhatikan 3P, yaitu bukan hanya *profit*, melainkan juga kontribusi positif perusahaan kepada masyarakat (*people*), dan juga turut serta berperan aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

- *Profit*, adalah salah satu bentuk tanggung jawab yang harus dicapai oleh perusahaan, bahkan merupakan orientasi utama dari berdirinya suatu perusahaan. Namun dengan berjalannya waktu menuai protes banyak kalangan yang menganggap bahwa orientasi mengejar profit sudah tidak relevan untuk menjadi dasar strategi operasional perusahaan. Namun, jika perusahaan tidak didukung oleh kemampuan mencetak keuntungan yang memadai, maka perusahaan tidak mampu menjamin dan mempertahankan *going concern*. Peningkatan kesejahteraan individu dalam perusahaan, kesejahteraan pemilik (*shareholder*), peningkatan kontribusi bagi masyarakat melalui pembayaran pajak, ekspansi usaha dan kapasitas produksi membutuhkan sumberdana, dimana hal tersebut dapat terlaksana jika kemampuan menciptakan keuntungan (*profit*) perusahaan mendukung.
- *People*, merupakan lingkungan masyarakat dimana perusahaan berada. Mereka adalah para pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. Dengan demikian, lingkungan masyarakat memiliki hubungan yang kuat dalam rangka menciptakan nilai bagi perusahaan. Hampir tidak mungkin, perusahaan mampu bertahan tanpa didukung oleh lingkungan masyarakat sekitar. Disitulah letak terpenting dari kemauan dan kemampuan perusahaan untuk mendekati diri kepada masyarakat melalui strategi *corporate responsibility*.
- *Planet*, merupakan lingkungan fisik (sumberdaya fisik) perusahaan. Lingkungan merupakan tempat dimana perusahaan berada dan perusahaan memiliki hubungan yang tidak bisa diabaikan dengan alam yang bersifat sebab-akibat. Kerusakan lingkungan, eksploitasi tanpa batas keseimbangan, cepat atau lambat akan menghancurkan perusahaan dan masyarakat.

b. Global Reporting Initiative (GRI)

Saat ini, penyusunan *sustainability report* perusahaan lebih banyak mengacu kepada pedoman penyusunan dari *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI didirikan pada tahun 1997 oleh perusahaan-perusahaan dan organisasi yang tergabung dalam *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) dengan *United Nation Environment Programme* (UNEP).

Tahun 2000 untuk pertama kalinya GRI mempublikasikan *guideline*-nya disusul publikasi *expanded version* pada Agustus 2002. Saat ini tidak kurang dari 460 perusahaan dari 45 negara mengadopsi total atau sebagian dari GRI untuk digunakan sebagai *sustainability report* pada perusahaannya (Wibisono, 2007). *Guidelines* GRI tahun 2002 dibagi menjadi 4 bagian :

1. Penggunaan *Guidelines*

Berisi mengenai informasi sekitar pedoman, termasuk deskripsi tentang siapa yang seharusnya memanfaatkan, dan bagaimana mempersiapkan laporan.

2. Prinsip-prinsip *Reporting*

Berisi tentang prinsip-prinsip *reporting* dan bagaimana pengorganisasiannya.

3. Isi Laporan

Terdiri dari visi dan strategi, profil, struktur dan sistem manajemen, indikator kinerja (ekonomi, lingkungan, dan sosial)

4. *Glossary* dan Lampiran-lampiran

Pedoman penyusunan tersebut mengharuskan perusahaan untuk menjelaskan dampak operasi perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan, dan sosial pada bagian *standard disclosures*. Pada bagian ini, dampak operasi perusahaan secara sosial dibagi lagi menjadi empat aspek yang berbeda, yaitu *labor practices* dan *decent work, human rights, society*, dan *product responsibility* (Solihin, 2011).

## 2.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besaran yang menjelaskan kemampuan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasional dengan memanfaatkan tenaga yang dimiliki. Perusahaan besar mempunyai aktivitas operasi dan pengaruh terhadap masyarakat yang lebih besar daripada perusahaan kecil.

Menurut Sawir (2004) dalam Diastiti (2010), ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dalam struktur keuangan dalam hampir setiap studi untuk alasan yang berbeda-beda. Pertama, ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan dalam memperoleh dana dari pasar modal. Perusahaan kecil umumnya kekurangan akses ke pasar modal yang terorganisir baik untuk obligasi maupun saham. Kedua, ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar-menawar dalam kontrak keuangan. Perusahaan besar biasanya dapat memilih pendanaan dari berbagai bentuk hutang, termasuk penawaran spesial yang lebih menguntungkan dibandingkan yang ditawarkan perusahaan kecil. Ketiga, ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan *return* membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba. Pada akhirnya, ukuran perusahaan diikuti oleh karakteristik lain yang mempengaruhi struktur keuangan.

Menurut Miswanto dan Husnan (1999) dalam Untari (2010), ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan total aset, penjualan, atau ekuitas. Jika jumlah aset, penjualan, atau ekuitas tersebut besar, maka logaritma terhadap jumlah tersebut digunakan untuk tujuan penelitian. Sedangkan menurut Sudarmadji dan Sularto (2007), besar (ukuran) perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu.

Salah satu tolok ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga

mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan *total asset* yang kecil (Suharli, 2006 dalam Harjanti, 2011).

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

## 2.7 Profitabilitas

Profitabilitas perusahaan merupakan besaran yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba dari setiap kegiatan operasional maupun kegiatan non-operasional yang dilakukan perusahaan. Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham (Dewi, 2010).

Dikutip dari Dewi (2010), Brigham dan Houston (2001) menyatakan bahwa profitabilitas adalah hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan. Sedangkan Sartono (2001) berpendapat bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. John (2005) menyatakan bahwa rasio profitabilitas adalah perbandingan antara laba perusahaan dengan investasi atau ekuitas yang digunakan untuk memperoleh laba tersebut.

Beberapa studi menunjukkan bahwa ada keterkaitan antara profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Yuninda (2010) menyatakan bahwa penelitian Ng dan Koh dalam Marston (2003) menemukan bahwa perusahaan yang profitabel, akan lebih dicurigai oleh masyarakat, sehingga perusahaan cenderung menerapkan mekanisme *self-regulation* agar terlindungi dari peraturan

atau Undang-undang yang dibuat oleh pihak di luar perusahaan itu sendiri. Selain itu, perusahaan yang profitabel, tentunya memiliki sumber daya finansial yang lebih tinggi sehingga dituntut adanya sesuatu yang lebih dalam mengungkapkan informasi keuangan perusahaan.

Hal yang berbeda diungkapkan oleh Donovan dan Gibson (2000) dalam Darwis (2009) yang menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca *good news* kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas mempunyai hubungan yang negatif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## **2.8 Tingkat *Leverage***

Tingkat *leverage* adalah untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain. Perusahaan yang memiliki proporsi hutang lebih banyak dalam struktur permodalannya akan memiliki biaya keagenan yang lebih besar. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi krediturnya (Marpaung, 2010).

Terkait dengan *leverage*, posisi kreditur jangka panjang berbeda dibandingkan dengan kreditur jangka pendek. Kreditur jangka panjang sangat menaruh perhatian terhadap kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek, yaitu kemampuan membayar bunga, maupun kewajiban jangka panjang, yaitu kemampuan membayar pokok pinjaman. Kreditur jangka panjang lebih menaruh perhatian terhadap tingkat *leverage* perusahaan karena akan menghadapi risiko yang lebih besar dibanding kreditur jangka pendek. Oleh

karena itu, biasanya perusahaan diminta untuk membuat perjanjian pembatasan untuk melindungi kreditur jangka panjang, misalnya perjanjian tentang jumlah modal kerja minimum, dan pembayaran deviden (Dwi Prastowo, 2005 dalam Yuninda, 2010).

Rasio *leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap ekuitas pemegang saham. Menurut Sitepu dan Siregar (2009), rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu hutang. Informasi ini diperlukan oleh para *debtholder* untuk menghilangkan keraguan mereka sebagai kreditur agar hak-hak mereka dapat dipenuhi oleh perusahaan.

Berdasarkan teori agensi, tingkat *leverage* memiliki 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 *debtholder* (Sembiring, 2005).

## 2.9 Umur Perusahaan

Umur perusahaan merupakan rentang waktu sejak *first issue* di BEI sampai dengan tahun penelitian. Perusahaan yang berumur lebih tua memiliki lebih banyak pengalaman dan kemampuan dalam mempublikasikan laporan keuangan karena sudah mengerti akan kebutuhan informasi seperti apa yang dibutuhkan oleh pengguna laporannya. Semakin banyak pengalaman suatu perusahaan maka akan semakin paham akan kebutuhan konstituantenya akan informasi tentang informasi perusahaan dan dengan demikian akan lebih luas dalam melakukan pengungkapan laporan keuangan. Siklus hidup perusahaan secara eksplisit mempunyai tujuan jangka panjang yaitu dapat menghasilkan keuntungan finansial dan menunjukkan kinerja perusahaan (Indah, 2011).

Iklim perusahaan yang semakin ketat mempengaruhi manajemen perusahaan dalam mengendalikan perkembangan dunia usaha. Perusahaan yang memiliki umur yang lama menunjukkan seberapa tahan perusahaan tersebut

mampu bersaing dengan perusahaan yang lain. Perusahaan yang lebih lama beroperasi kemungkinan akan menyediakan publisitas informasi yang lebih luas dan lebih banyak dibanding perusahaan yang baru saja berdiri. Kebutuhan masyarakat untuk mencari informasi perusahaan akan lebih mudah (Kartika, 2009).

Umur perusahaan diperkirakan memiliki hubungan positif dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal yang mendasari pernyataan tersebut adalah bahwa perusahaan yang berumur lebih tua lebih memiliki pengetahuan untuk mengungkapkan informasi mana saja yang seharusnya diungkapkan dalam laporan tahunannya.

Berkaitan dengan teori legitimasi, umur perusahaan juga diperkirakan memiliki hubungan positif dengan kualitas pengungkapan sukarela perusahaan. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Semakin lama umur perusahaan, maka semakin banyak informasi yang telah diperoleh masyarakat tentang perusahaan tersebut. Dengan demikian legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup. Selain itu teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima masyarakat. Sehingga semakin lama perusahaan dapat bertahan, maka perusahaan semakin mengungkapkan informasi sosialnya sebagai bentuk tanggung jawabnya agar tetap diterima di lingkungan masyarakat (Prastiti & Utami, 2011).

Umur perusahaan juga merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Menurut Untari (2010), Umur perusahaan dapat menunjukkan kemampuan dalam mengatasi kesulitan dan hambatan yang dapat mengancam kehidupan perusahaan, serta menunjukkan kemampuan perusahaan mengambil kesempatan dalam lingkungannya untuk mengembangkan usahanya. Disamping itu, umur perusahaan dapat menunjukkan kemampuan dalam keunggulan berkompetisi.

## 2.10 *Profile* Perusahaan

*Profile* perusahaan merupakan gambaran umum mengenai perusahaan. Perusahaan diklasifikasikan menurut jenis industrinya untuk kemudian dapat ditentukan termasuk ke dalam jenis *profile* mana perusahaan berada. *Profile* perusahaan dibedakan menjadi dua yaitu perusahaan *high profile* dan perusahaan *low profile*.

*High profile companies* didefinisikan sebagai perusahaan yang memiliki *consumer visibility*, tingkat risiko politik, dan tingkat kompetisi yang tinggi [Robert (1992) dalam Utomo (2000) dalam Yuninda (2010)]. Klasifikasi mengenai *profile* perusahaan oleh banyak perusahaan sifatnya sangat subjektif dan berbeda-beda. Robert (1992) dalam Anggarini (2006) mengelompokkan perusahaan otomotif, penerbangan, dan minyak sebagai industri *high profile*. Sedangkan, Diekers dan Preston (1997) menyatakan bahwa perusahaan ekstraktif merupakan industri yang *high profile*. Menurut Utomo (2000) dalam Yuninda (2010), kelompok industri *low profile* meliputi bangunan, keuangan dan perbankan, *supplier* peralatan medis, *property*, *retailer*, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga.

Dikutip dari Yap dan Widyaningdyah (2009), Perusahaan *high-profile* dan *low-profile* ditentukan berdasarkan kriteria Hackston dan Milne (1996), yaitu perusahaan yang termasuk dalam tipe *high-profile* adalah perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat risiko politik atau tingkat kompetisi yang ketat. Industri yang masuk dalam kategori perusahaan *high-profile* adalah perusahaan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agribisnis, tembakau, rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), *engineering*, kesehatan, serta transportasi dan pariwisata. Sedangkan perusahaan *low-profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu mendapat sorotan luas dari masyarakat, manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya. Adapun perusahaan yang termasuk kelompok *low-profile* antara lain adalah perusahaan bangunan,

keuangan, perbankan, supplier peralatan medis, *property*, *retailer*, tekstil dan produk tekstil, produk personal dan produk rumah tangga.

## 2.11 Penelitian Terdahulu

- a. Sembiring (2005), meneliti mengenai studi empiris karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada semua perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *size* perusahaan dan *profile* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan profitabilitas dan *leverage* mempunyai pengaruh yang tidak signifikan. Dalam pengujian secara simultan, tingkat pengaruh variabel independen terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial yang ditemukan cukup rendah yaitu hanya sebesar 37,50% yang berarti secara simultan *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris, dan *leverage* mampu mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial sebesar 37,50% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan.
- b. Anggraini (2006), meneliti mengenai 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). Penelitian ini tidak berhasil membuktikan pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial oleh perusahaan. Hanya variabel persentase kepemilikan manajemen dan tipe industri yang berpengaruh signifikan terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial dengan arah sesuai dengan yang diprediksikan.
- c. Yap dan Widyaningdyah (2009), meneliti mengenai pengungkapan pertanggungjawaban sosial pada laporan tahunan perusahaan yang *go public* di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini merupakan studi empiris atas perusahaan *high profile* dan *low profile*. Berdasarkan hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa semakin banyak dampak sosial yang muncul pada lingkungan perusahaan baik perusahaan *high profile* maupun *low profile*,

akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya pada laporan tahunan. Hasil tersebut sesuai dengan karakteristik pada perusahaan *high profile* dan *low profile*, dimana perusahaan *high profile* pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Sedangkan pada perusahaan *low profile*, perusahaan tidak terlalu mendapat sorotan luas dari masyarakat, manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya.

- d. Sari dan Kholisoh (2009), meneliti mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan manufaktur periode tahun 2006-2008. Penelitian ini memberikan hasil bahwa hanya ukuran dewan komisaris dan kategori KAP saja yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Sedangkan, variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas menunjukkan tidak mempengaruhi CSR *Disclosure*.
- e. Sitepu dan Siregar (2009), meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEJ tahun 2007. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran dewan komisaris dan tingkat profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah informasi sosial yang diungkapkan. Sedangkan variabel tingkat *leverage* dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang tidak signifikan.
- f. Darwis (2009), meneliti mengenai ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *financial leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan *high profile* di BEI. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Variabel profitabilitas perusahaan memiliki hubungan yang negatif tapi tidak signifikan. Dan variabel *financial leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

- g. Utami (2010), menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, dan umur perusahaan terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2005-2007. Penelitian ini memberikan hasil bahwa ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Sedangkan variabel lainnya yaitu kepemilikan institusional, kepemilikan asing, dan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*.
- h. Untari (2010) meneliti pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, dan umur perusahaan terhadap CSR Disclosure. Objek penelitian merupakan perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode tahun 2006-2008. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya tingkat *leverage* yang tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan ketiga variabel lain berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## 2.12 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis bisa didefinisikan sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis diantara dua atau lebih variabel yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji. Hubungan tersebut diperkirakan berdasarkan jaringan asosiasi yang ditetapkan dalam kerangka teoritis yang dirumuskan untuk studi penelitian. Dengan menguji hipotesis dan menegaskan perkiraan hubungan, diharapkan bahwa solusi dapat ditemukan untuk mengatasi masalah yang dihadapi (Sekaran, 2006).

### 2.12.1 Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pada umumnya perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran lebih kecil. Lebih banyak pemegang saham juga

memerlukan lebih banyak pengungkapan karena tuntutan para pemegang saham tersebut dan para analis pasar modal (Gunawan, 2000 dalam Yuninda, 2010).

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 perusahaan akan semakin luas (Cowen *et. al.*, 1987 dalam Sembiring, 2005).

Ukuran perusahaan bisa didasarkan pada jumlah aktiva (aktiva tetap, tidak berwujud, dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan, dan kapitalisasi pasar (Cahyonowati, 2003 dalam Yuninda, 2010). Pada penelitian ini, ukuran perusahaan dinyatakan dengan total asset yang dimiliki oleh perusahaan manufaktur di BEI. Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui bahwa semakin besar jumlah aktiva yang dimiliki maka akan semakin besar pula tanggung jawab sosial yang harus diungkapkan.

Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan. Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti oleh publik dan pengungkapan yang lebih luas adalah pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Darwis (2009) dan Untari (2010) menemukan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan, penelitian Anggraini (2006) tidak berhasil menemukan hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan teori agensi, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>** : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### 2.12.2 Profitabilitas dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham [Heinze (1976) dan Preston (1978) dalam Hackston & Milne (1996) dalam Anggraini (2006)]. Namun, berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen mengenai hubungan profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah ketika perusahaan dalam kondisi laba tinggi maka perusahaan tidak perlu mengungkapkan informasi yang dapat mengganggu kestabilan mengenai kesuksesan keuangan perusahaan. Sedangkan, jika kondisi perusahaan berada pada tingkat profitabilitas yang rendah, maka perusahaan akan mengungkapkan informasi sosialnya kepada para pengguna laporan sebagai sebuah *good news* perusahaan dan investor akan tetap berinvestasi pada perusahaan.

Terdapat beberapa ukuran untuk menentukan profitabilitas perusahaan, yaitu *return on equity*, *return on assets*, *earning per share*, *net profit*, dan *operating ratio*. Variabel profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Return On Asset* (ROA). ROA adalah kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan bagi semua investor (Riyanto, 2001 dalam Yuninda, 2010). *Return on asset* juga merupakan ukuran yang menunjukkan efektifitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki oleh perusahaan.

Sitepu dan Siregar (2009) meneliti tentang profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan memperoleh hasil bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah informasi sosial yang diungkapkan. Sedangkan, Sari dan Kholisoh (2009) memperoleh hasil bahwa variabel profitabilitas tidak mempengaruhi *CSR Disclosure*. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

**H<sub>2</sub>** : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### 2.12.3 Tingkat *Leverage* dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Perjanjian hutang yang tergambar dalam tingkat *leverage* dimaksudkan untuk membatasi kemampuan manajemen untuk menciptakan transfer kekayaan antar pemegang saham dan pemegang obligasi. Keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan [Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Sembiring (2005)].

Sesuai dengan teori agensi yang menunjukkan bahwa perusahaan yang mempunyai proporsi kewajiban yang lebih banyak dalam struktur permodalannya akan mempunyai biaya keagenan yang lebih besar. Semakin besar *leverage* perusahaan, semakin besar kemungkinan transfer kemakmuran dari kreditur kepada pemegang saham dan manajemen tersebut (Meek dkk, 1995 dalam Suropto, 1999 dalam Yuninda, 2010). Berdasarkan teori tersebut, maka perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang tinggi akan mengurangi tingkat pengungkapan sosial mereka agar tidak menjadi sorotan para *debtholder*.

Penelitian Sembiring (2005) memberikan hasil bahwa tingkat *leverage* menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Cormier dan Magnan (1999) dalam Darwis (2009) menemukan hubungan yang negatif signifikan diantara kedua variabel tersebut. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>3</sub>** : Tingkat *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### 2.12.4 Umur Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Suharli (2006) dalam Harjanti (2011) menyatakan bahwa umur perusahaan merupakan perhitungan dari tahun perusahaan tersebut berdiri berdasarkan tahun yang ada di akte pendirian perusahaan sampai perusahaan tersebut melepas saham berhak suaranya kepada masyarakat atau *go public* sesuai tahun yang tercatat di bursa efek. Umur perusahaan dapat dikaitkan dengan kinerja keuangan

perusahaan dan perusahaan yang berumur lebih tua memiliki lebih banyak pengalaman dalam pengungkapan atas informasi perusahaan. Untari (2010) meneliti tentang umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, hasilnya menyatakan bahwa umur perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan Utami (2010) tidak menemukan pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

**H<sub>4</sub>** : Umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### **2.12.5 Profile Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

*Profile* perusahaan diidentifikasi sebagai faktor potensial yang mempengaruhi praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Profile* perusahaan dibedakan menjadi *high-profile* dan *low-profile*. Menurut Sembiring (2005), Hubungan sistematis antara *profile* perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dikaitkan dengan variasi dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Sehingga, pada umumnya perusahaan *high-profile* akan mengungkapkan lebih banyak mengenai informasi sosialnya. Berdasarkan teori legitimasi, hal ini dilakukan perusahaan untuk melegitimasi kegiatan operasinya dan menurunkan tekanan dari para aktivis sosial dan lingkungan.

Perusahaan-perusahaan *high profile*, pada umumnya merupakan perusahaan yang sering memperoleh sorotan dari masyarakat, karena aktivitas operasinya yang memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Masyarakat umumnya lebih sensitif terhadap tipe industri ini karena kelalaian perusahaan dapat membawa akibat yang fatal bagi masyarakat. Perusahaan *high profile* juga lebih sensitif terhadap keinginan konsumen atau pihak lain yang berkepentingan terhadap produknya. Oleh sebab itu, untuk menghindari masalah yang tidak diinginkan nantinya, perusahaan dituntut untuk membuat suatu

kebijakan untuk melaporkan aktivitas produksinya, berupa pengungkapan sosial, yang tentunya diharapkan melaporkan aktivitas perusahaan yang harmonis dengan lingkungan dan alam sekitar, tujuannya adalah untuk meningkatkan *image* dan penjualan perusahaan (Cowen *et. al.*, dalam Hackston dan Milne, 1996 dalam Yuninda, 2010).

Perusahaan yang bertipe industri *high profile* diyakini melakukan praktek pengungkapan sosial lebih luas atau banyak daripada industri yang *low profile*. Adapun perusahaan yang tergolong dalam perusahaan *high profile* pada umumnya mempunyai sifat: memiliki jumlah tenaga kerja yang besar, dalam proses produksinya mengeluarkan residu, seperti limbah cair dan polusi udara. Kategori *high profile* dikarakteristikan sebagai industri yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap kerusakan lingkungan, sehingga dituntut memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi pula. Hal tersebut disebabkan oleh operasi perusahaan yang banyak memodifikasi lingkungan dan melibatkan *stakeholders* yang kompleks. Sedangkan kategori *low profile*, dikarakteristikan sebagai industri yang kurang *sensitive* terhadap terjadinya kerusakan lingkungan, sehingga kurang adanya tuntutan yang tinggi terhadap pertanggungjawaban sosial (Jones, 1999 dalam Yuninda, 2010).

Penelitian yang mendukung hubungan tersebut antara lain Sembiring (2005), Mirfazli dan Nurdiono (2007), Yap dan Widyaningdiah (2009). Penelitian ini akan mencoba menguji kembali pengaruh *profile* perusahaan terhadap praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H<sub>5</sub>** : *Profile* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### 2.12.6 Ukuran perusahaan, Profitabilitas, Tingkat *Leverage*, Umur Perusahaan, *Profile* Perusahaan, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

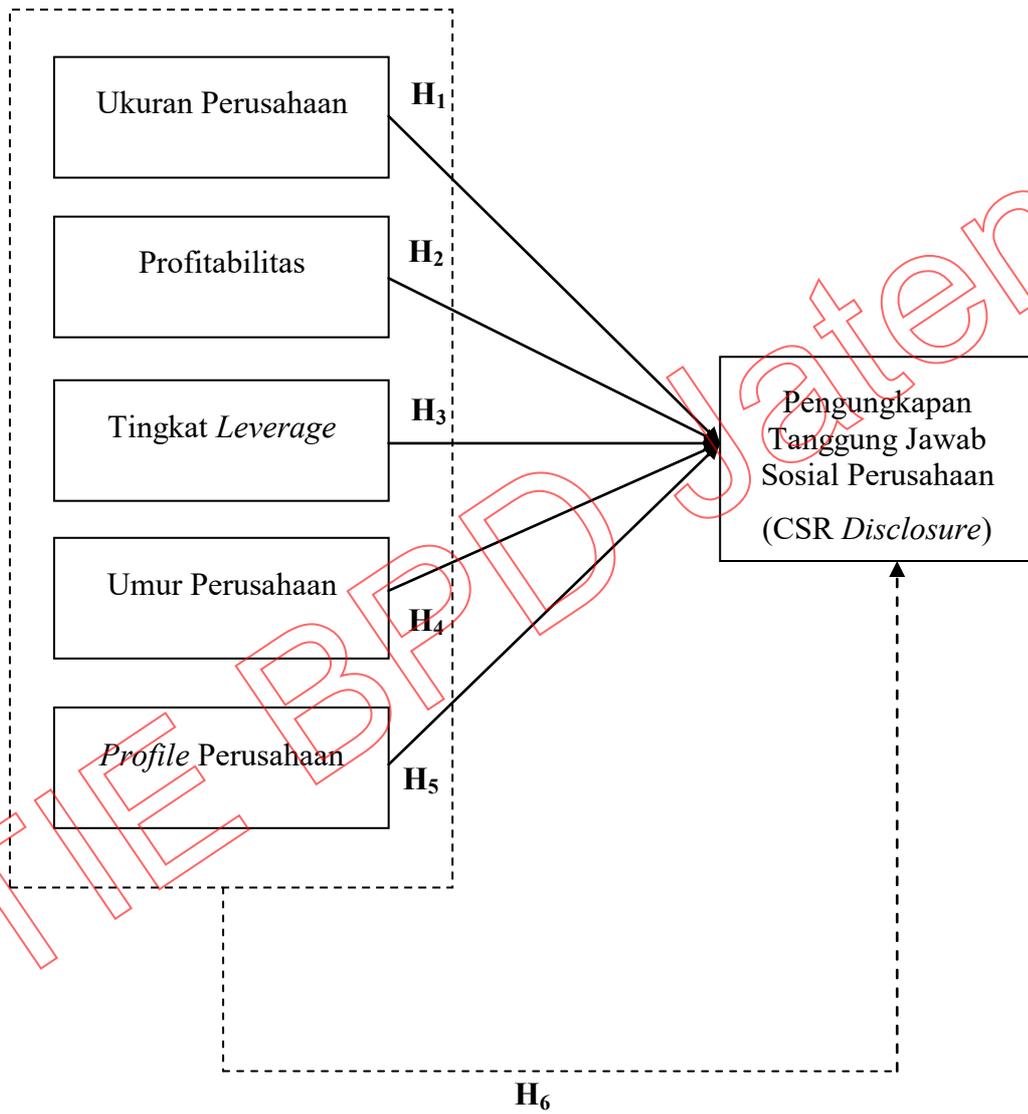
Ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan akan diuji secara bersama-sama. Apakah akan terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian yang mendukung adanya pengaruh simultan antara ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan adalah penelitian yang dilakukan oleh Untari (2010), Utami (2010), dan Agustina (2012). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sudarmadji dan Sularto (2007) tidak mendukung adanya pengaruh simultan antara ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

**H<sub>6</sub>** : Ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### 2.13 Model Penelitian

Gambar 2.2  
Model Penelitian



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Dalam bab tiga ini berisi tentang definisi konsep, definisi operasional, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, metode analisis data, analisis deskriptif, model regresi linier berganda, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi; analisis kebaikan model, serta uji hipotesis.

#### **3.1 Definisi Konsep**

Definisi konsep merupakan definisi yang penting bagi suatu penelitian karena definisi ini digunakan untuk memberikan suatu gambaran mengenai topik penelitian yang akan diteliti. Dalam penelitian ini konsep-konsep yang dikemukakan adalah berkaitan dengan definisi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### **3.1.1. Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan (*CSR Disclosure*)**

Menurut Sudarmadji dan Sularto (2007), Pengungkapan secara sederhana dapat diartikan sebagai pengeluaran informasi. 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 (Darwin, 2004 dalam Sembiring, 2005).

##### **3.1.2. Karakteristik Perusahaan**

Karakteristik perusahaan dapat merupakan petunjuk prediktor kualitas pengungkapan (Lang dan Lundholm, 1993 dalam Rizal, 2004 dalam Yuninda, 2010). Setiap perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda antara satu entitas dengan entitas lainnya. Karakteristik ini sesuai dengan jenis usaha, pangsa pasar, dan sumber daya.

a) Ukuran Perusahaan

Menurut Sudarmadji dan Sularto (2007), Besar (ukuran) perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Ketiga variabel ini digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang, dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat.

b) Profitabilitas

Profitabilitas perusahaan merupakan besaran yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba dari setiap kegiatan operasional maupun kegiatan non operasional yang dilakukan perusahaan. Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas (Heinza, 1976 dalam Devina, 2004 dalam Yuninda, 2010).

c) Tingkat *Leverage*

*Leverage* menunjukkan kualitas layanan kewajiban perusahaan. variabel ini menjelaskan seberapa besar rasio antara total kewajiban dengan total modal perusahaan. Perjanjian terbatas seperti perjanjian hutang yang tergambar dalam tingkat *leverage* dimaksudkan membatasi kemampuan manajemen untuk menciptakan transfer kekayaan antar pemegang saham dan pemegang obligasi (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Sembiring, 2005).

d) Umur Perusahaan

Umur perusahaan diperkirakan memiliki hubungan positif dengan kualitas pengungkapan sukarela. Alasan yang mendasarinya adalah bahwa

perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman yang lebih banyak dalam publikasi laporan keuangan (Marpaung, 2010).

e) *Profile* Perusahaan

*Profile* perusahaan merupakan besaran yang menjelaskan perusahaan ke dalam *high profile* dan *low profile*. Industri *high profile* didefinisikan sebagai industri yang memiliki *consumer visibility*, tingkat resiko politik dan tingkat kompetisi yang tinggi pula. Industri *high profile* diyakini melakukan pengungkapan sosial yang lebih banyak daripada industri yang *low profile* (Robert, 1992 dalam Devina, 2004 dalam Yuninda, 2010).

### 3.2 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah cara menemukan dan mengukur variabel-variabel dengan merumuskan secara singkat dan jelas, serta tidak menimbulkan berbagai tafsiran. Untuk menjelaskan definisi operasional dari setiap variabel maka akan diterangkan dengan menggunakan formula sebagai berikut:

a. Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan (*CSR Disclosure*)

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ini merupakan data yang diungkap oleh perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosialnya yang meliputi tujuh kategori, yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum (Sembiring, 2005).

Pengukuran variabel ini dengan mengukur pengungkapan sosial laporan tahunan yang dilakukan dengan pengamatan mengenai ada tidaknya suatu item informasi yang ditentukan dalam laporan tahunan. Apabila item informasi tidak ada dalam laporan keuangan maka diberi skor 0 dan jika item informasi yang ditentukan ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 1 (Marpaung, 2010). Metode ini dinamakan *checklist* data.

Pengungkapan CSR diukur dengan proksi CSRDI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*). Pengukuran CSRDI menggunakan *content analysis* dalam mengukur *variety* dari CSRDI. Rumus perhitungan CSRDI adalah:

$$= \text{---} \quad \%$$

b. Ukuran Perusahaan

Pada penelitian ini, pengukuran variabel ukuran perusahaan mengacu pada peneliti sebelumnya, yaitu Untari (2010). *Proxy* yang digunakan dalam variabel ini adalah total aktiva perusahaan. Untuk mendapatkan data yang lebih mudah untuk dihitung, maka total aktiva akan ditransformasikan ke dalam bentuk logaritma natural.

$$\text{Size} = \text{Log Natural (Total Aktiva)}$$

c. Profitabilitas

Secara teoritis, profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasional dan non-operasional perusahaan. Profitabilitas dapat diukur dengan berbagai rasio, seperti *profit margin*, *Return On Assets (ROA)*, *Return On Equity (ROE)*, dan laba per lembar saham.

Variabel profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan menggunakan *Return On Asset (ROA)*. ROA dianggap paling tepat dalam penelitian ini berkaitan dengan aset yang dapat menjelaskan hubungannya dengan isu-isu CSR. ROA adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan aktiva untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total. *Return On Asset* adalah ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus :

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

d. Tingkat *Leverage*

Variabel *leverage* dalam penelitian ini menggunakan perbandingan antara jumlah hutang dengan jumlah aktiva.

$$= \frac{\text{Jumlah Hutang}}{\text{Jumlah Aktiva}}$$

e. Umur Perusahaan

Variabel umur perusahaan dalam penelitian ini menggunakan rumus :

$$\text{AGE} = \text{Tahun ke-n} - (\text{tahun } \textit{first issue} \text{ di BEI})$$

f. *Profile* Perusahaan

Dalam penelitian ini, variabel *profile* perusahaan menggunakan *dummy* variabel. Pengklasifikasian *profile* perusahaan dilakukan dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan *high profile* dan nilai 0 untuk perusahaan *low profile*.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Sekaran (2006), populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal yang ingin peneliti investigasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar (*Go Public*) di Bursa Efek Indonesia seperti yang tercatat dalam *Indonesian Capital Market Directory* periode tahun 2008 – 2011 sejumlah 193 perusahaan.

#### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel (Ferdinand, 2011). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *judgement sampling*, yaitu salah satu bentuk *purposive sampling* dengan mengambil sampel yang telah ditentukan sebelumnya berdasarkan maksud dan tujuan penelitian. Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian sampel adalah:

- Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan sahamnya aktif diperdagangkan pada periode tahun 2008 – 2011 sejumlah 84 perusahaan.
- Perusahaan mempublikasikan laporan tahunan secara berturut-turut selama periode tahun 2008 – 2011 sejumlah 39 perusahaan.
- Dalam laporan tahunan tersebut, tercantum laporan pengungkapan tanggung jawab sosial sejumlah 27 perusahaan.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Tujuan yang diungkapkan dalam bentuk hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian. Jawaban itu masih perlu diuji secara empiris, dan untuk maksud inilah dibutuhkan pengumpulan data.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan, dan sudah diolah oleh pihak lain dan biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

#### a. Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu penelitian yang dilakukan dengan membaca literatur yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Data yang dikumpulkan dengan membaca buku-buku, jurnal ilmiah, dan artikel-artikel yang berhubungan dengan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti memperoleh sumber informasi berupa data sekunder, laporan keuangan perusahaan dan *annual report*, dari buku, internet, Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD).

#### b. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melihat dan mengumpulkan dokumen-dokumen serta data-data laporan keuangan pada

perusahaan. Adapun dokumen yang dapat dilihat adalah laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dalam penelitian ini peneliti memperoleh sumber informasi berupa data dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) dan laporan keuangan perusahaan. Dokumen lain yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah *annual report* yang dikeluarkan oleh perusahaan.

### 3.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif adalah analisis yang dilakukan melalui perhitungan berupa angka. Dalam membantu menganalisis pengaruh variabel independen, yaitu karakteristik perusahaan yang diproksikan dengan ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan terhadap variabel dependen (pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan), peneliti menggunakan program aplikasi statistik, yaitu SPSS. Teknik analisis statistika yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan model regresi linier berganda.

#### 3.5.1 Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2011), analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis dan *skewness* (kemencengan distribusi). Statistika deskriptif adalah statistika yang menggambarkan atau mendeskripsikan data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami. Statistika deskriptif memberikan gambaran mengenai data penelitian berupa variabel-variabel penelitian yang meliputi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan.

### 3.5.2 Analisis Regresi Berganda

Pada dasarnya analisis regresi dilakukan untuk melihat pengaruh hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dengan skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linier.

Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel dependen (Y) dengan ukuran perusahaan ( $X_1$ ), profitabilitas ( $X_2$ ), tingkat *leverage* ( $X_3$ ), umur perusahaan ( $X_4$ ), dan *profile* perusahaan ( $X_5$ ) sebagai variabel independennya. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$\text{CSRDI} = \alpha + \beta_1 \text{Ln SIZE} + \beta_2 \text{ROA} + \beta_3 \text{LEV} + \beta_4 \text{AGE} + \beta_5 \text{PROFILE} + \varepsilon$$

Keterangan :

CSRDI : Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

$\alpha$  : Konstanta

$\beta_1$ ..... $\beta_5$  : Koefisien Regresi

LN SIZE : Ukuran perusahaan ; *Log natural size*

ROA : *Return on Asset*

LEV : Tingkat *leverage*

AGE : Umur perusahaan

PROFILE : *Profile* perusahaan, *high profile* = 1, *low profile* = 0

$\varepsilon$  : *Error term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

### 3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Pengujian asumsi klasik digunakan untuk menguji kelayakan data yang digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2006 dalam Harjanti, 2011). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi yang dihadapi terdistribusi secara normal, terbebas dari gejala multikolonieritas, heterokedastisitas, dan autokorelasi. Adapun uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi:

### 3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali,2011). Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

#### 1. Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal (*normal probability plot*). Pada prinsipnya, normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residunya. Dasar pengambilan keputusan adalah:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal (garis normal) dan mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola tertentu, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau histogram, tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### 2. Uji Statistik

Uji normalitas dengan membaca grafik (*normal probability plot*) dapat menyesatkan karena hasil intepretasinya dapat berbeda-beda. Oleh karena itu, selain menggunakan uji grafik penelitian dilengkapi dengan uji statistik untuk meyakinkan hasil uji normalitas, yaitu dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed) > 0,05* maka distribusi data adalah normal dan sebaliknya jika nilai *Asymp Sig (2-*

*tailed*) < 0,05 maka distribusi data adalah tidak normal (Ghozali, 2005 dalam Untari, 2010).

### 3.5.3.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal (nilai korelasi sama dengan nol). Multikolonieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya, serta *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance*  $\leq 0.10$  atau sama dengan nilai  $VIF \geq 10$  (Ghozali, 2011).

### 3.5.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Jika hasil dari uji heterokedastisitas menunjukkan diagram *scatterplot* dengan titik data menyebar secara acak serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi tersebut dan dapat digunakan dalam pengujian regresi linier berganda.

### 3.5.3.4 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). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya (Ghozali, 2011). Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi pada model regresi adalah dengan

melakukan uji Durbin - Watson (DW test). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi berdasarkan pengujian Durbin – Watson adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Pengambilan Keputusan Pengujian Durbin - Watson**

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$d_l \leq d \leq d_u$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	No decision	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$
Tidak ada autokorelasi, Positif atau negative	Tdk ditolak	$d_u < d < 4 - d_u$

Sumber: Ghozali, 2011.

Keterangan :

$d_l$  = batas bawah  $d$

$d_u$  = batas atas  $d$

### 3.5.4 Uji Kebaikan Model

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of fit*. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F, dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak). Sebaliknya, disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana  $H_0$  diterima (Ghozali, 2011).

#### 3.5.4.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Ghozali, 2011). Nilai  $R^2$  yang kecil

menunjukkan kemampuan variabel independen yang sangat terbatas dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Sedangkan untuk nilai  $R^2$  yang mendekati satu berarti variabel independen dapat memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan penggunaan koefisien determinasi adalah terjadinya bias terhadap jumlah variabel independen yang digunakan. Hal ini disebabkan oleh tambahan variabel independen yang meningkatkan  $R^2$  walaupun variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti yang menganjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted*  $R^2$ . Tidak seperti  $R^2$ , nilai *adjusted*  $R^2$  dapat naik ataupun turun jika sebuah variabel independen ditambahkan dalam model penelitian.

#### 3.5.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini, apakah variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR Disclosure*). Rumusan hipotesis statistik pada pengujian ini adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_6 = 0$ , artinya, semua variabel independen yang terdiri dari ukuran perusahaan (*Ln SIZE*), profitabilitas (*ROA*), tingkat *leverage* (*LEV*), umur perusahaan (*AGE*), dan *profile* perusahaan (*PROFILE*) tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (*CSRDI*).

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \dots \neq \beta_6 \neq 0$ , artinya, semua variabel independen yang terdiri dari ukuran perusahaan (*Ln SIZE*), profitabilitas (*ROA*), tingkat *leverage* (*LEV*), umur perusahaan (*AGE*), dan *profile* perusahaan (*PROFILE*) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (*CSRDI*).

Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut (Ghozali, 2011):

- Quick look : bila nilai F lebih besar daripada 4 maka  $H_0$  dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%. Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ .

#### 3.5.4.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji setiap hipotesis yang ada dengan menggunakan uji statistik yang tepat. Pengujian yang tepat untuk penelitian ini adalah uji statistik t. hasil pengujian tersebut akan menentukan apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak.

Menurut Ghozali (2011), Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Adapun rumusan hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Rumusan hipotesis nihil dan alternatif untuk variabel ukuran perusahaan (Ln SIZE) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSRDI)

$H_{0(1)} : \beta_1=0$ , artinya Ln SIZE tidak berpengaruh terhadap CSRDI

$H_{a(1)} : \beta_1 \neq 0$ , artinya Ln SIZE berpengaruh terhadap CSRDI

- b. Rumusan hipotesis nihil dan alternatif untuk variabel profitabilitas (ROA) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSRDI)

$H_{0(2)} : \beta_2=0$ , artinya ROA tidak berpengaruh terhadap CSRDI

$H_{a(2)} : \beta_2 \neq 0$ , artinya ROA berpengaruh terhadap CSRDI

c. Rumusan hipotesis nihil dan alternatif untuk variabel tingkat *leverage* (LEV) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSRDI)

$H_{0(3)} : \beta_3=0$ , artinya LEV tidak berpengaruh terhadap CSRDI

$H_{a(3)} : \beta_3 \neq 0$ , artinya LEV berpengaruh terhadap CSRDI

d. Rumusan hipotesis nihil dan alternatif untuk variabel umur perusahaan (AGE) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSRDI)

$H_{0(4)} : \beta_4=0$ , artinya AGE tidak berpengaruh terhadap CSRDI

$H_{a(4)} : \beta_4 \neq 0$ , artinya AGE berpengaruh terhadap CSRDI

e. Rumusan hipotesis nihil dan alternatif untuk variabel *profile* perusahaan (PROFILE) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSRDI)

$H_{0(5)} : \beta_5=0$ , artinya PROFILE tidak berpengaruh terhadap CSRDI

$H_{a(5)} : \beta_5 \neq 0$ , artinya PROFILE berpengaruh terhadap CSRDI

Adapun cara melakukan uji t adalah sebagai berikut (Ghozali, 2011):

- *Quick look* : bila jumlah *degree of freedom* (df) adalah 20 atau lebih, dan derajat kepercayaan sebesar 5%, maka  $H_0$  yang menyatakan  $\beta_n = 0$  dapat ditolak bila nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut). Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
- Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh karakteristik perusahaan (ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Populasi penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2008-2011 sebanyak 193 perusahaan. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel yang dilakukan berdasarkan keputusan subyektif peneliti yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu. Adapun kriteria-kriteria yang digunakan untuk memilih sampel penelitian adalah sebagai berikut:

- Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan sahamnya aktif diperdagangkan pada periode tahun 2008 – 2011 sejumlah 84 perusahaan.
- Perusahaan mempublikasikan laporan tahunan secara berturut-turut selama periode tahun 2008 – 2011 sejumlah 39 perusahaan.
- Dalam laporan tahunan tersebut, tercantum laporan pengungkapan tanggung jawab sosial sejumlah 27 perusahaan.

Nama-nama perusahaan yang menjadi sampel dapat dilihat pada lampiran 1. Dari lampiran 1 dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 27 perusahaan yang terdiri dari 3 perusahaan di sektor *Food and Beverages*, 1 perusahaan di sektor *Tobacco Manufacturs*, 1 perusahaan di sektor *Lumber and Wood*, 1 perusahaan di sektor *Chemical and Allied Products*, 1 perusahaan di sektor *Plastics and Glass Products*, 3 perusahaan di sektor *Cement*, 1 perusahaan di sektor *Stone, Clay, Glass, and Concrete Products*,

1 perusahaan di sektor *Electronic and Office*, 8 perusahaan di sektor *Automotive and Allied*, 2 perusahaan di sektor *Pharmaceuticals*, 1 perusahaan di sektor *Consumer Goods*, 2 perusahaan di sektor *Telecommunication*, dan 2 perusahaan di sektor *Wholesale and Retail*.

## 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang ditampilkan adalah hasil dari statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji kebaikan model, dan uji hipotesis. Data sekunder yang didapat diolah dengan menggunakan program atau aplikasi berbasis SPSS 17.

### 4.2.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis dan skewness atau kemencengan distribusi (Ghozali, 2011). Statistik deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan. Dalam penelitian ini, statistik deskriptif yang akan dibahas meliputi minimum, maksimum, *mean*, dan standar deviasi.

**Tabel 4. 1**  
**Tabel Uji Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSRDI	108	.09	.60	.3159	.11456
Ukuran Perusahaan	108	13.51	18.85	15.5627	1.36499
Profitabilitas	108	.02	.42	.1949	.08033
Tingkat Leverage	108	.11	.86	.4386	.16423
Umur Perusahaan	108	1.00	29.00	15.6481	5.40390
Profile Perusahaan	108	.00	1.00	.8889	.31573
Valid N (listwise)	108				

Sumber: Data sekunder yang telah diolah, 2012.

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 108 data penelitian, dapat diketahui besarnya nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi dari variabel CSRDI, ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan. Nilai *mean* sebesar 0,3159 pada variabel CSRDI menunjukkan bahwa CSRDI pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Bursa Efek Indonesia memiliki nilai rata-rata sebesar 0,3159. Hal ini menjelaskan bahwa rata-rata perusahaan manufaktur tersebut mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosialnya sebanyak 0,3159 atau 31,59% dari 78 item pengungkapan tanggung jawab sosial yang ada. Standar deviasi menunjukkan nilai penyimpangan CSRDI dari nilai rata-ratanya, semakin besar nilai standar deviasi maka semakin besar penyimpangan CSRDI dari nilai rata-ratanya. Diketahui nilai standar deviasi sebesar 0,1146 yang berarti penyimpangan CSRDI dari nilai rata-ratanya adalah sebesar 0,1146 atau dengan kata lain terdapat variasi data yang rendah dibanding dengan nilai rata-ratanya. Nilai minimum 0,09 dan nilai maksimum sebesar 0,60.

Nilai *mean* sebesar 15,56 pada variabel ukuran perusahaan menunjukkan bahwa ukuran perusahaan pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Bursa Efek Indonesia periode 2008 - 2011 memiliki nilai rata-rata sebesar 15,56. Standar deviasi menunjukkan nilai penyimpangan ukuran perusahaan dari nilai rata-ratanya. Diketahui nilai standar deviasi sebesar 1,365 yang berarti penyimpangan ukuran perusahaan dari nilai rata-ratanya adalah sebesar 1,365 atau dengan kata lain terdapat variasi data yang rendah dibanding dengan nilai rata-ratanya. Nilai minimum 13,51 dan nilai maksimum sebesar 18,85.

Nilai *mean* sebesar 0,195 pada variabel profitabilitas menunjukkan bahwa profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Bursa Efek Indonesia periode 2008 - 2011 memiliki nilai rata-rata sebesar 0,195. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan mampu menghasilkan laba sebesar 0,195 kali dari total aktiva yang dimiliki. Standar deviasi menunjukkan nilai penyimpangan profitabilitas dari nilai rata-ratanya. Diketahui nilai standar deviasi sebesar 0,08 yang berarti penyimpangan profitabilitas dari nilai rata-ratanya adalah sebesar

0,08 atau dengan kata lain terdapat variasi data yang rendah dibanding dengan nilai rata-ratanya. Nilai minimum 0,02 dan nilai maksimum sebesar 0,42.

Nilai *mean* sebesar 0,439 pada variabel tingkat *leverage* menunjukkan bahwa tingkat *leverage* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Bursa Efek Indonesia periode 2008 - 2011 memiliki nilai rata-rata sebesar 0,439. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan memiliki total hutang sebesar 0,439 kali dibandingkan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Standar deviasi menunjukkan nilai penyimpangan tingkat *leverage* dari nilai rata-ratanya. Diketahui nilai standar deviasi sebesar 0,164 yang berarti penyimpangan tingkat *leverage* dari nilai rata-ratanya adalah sebesar 0,164 atau dengan kata lain terdapat variasi data yang rendah dibanding dengan nilai rata-ratanya. Nilai minimum 0,11 dan nilai maksimum sebesar 0,86.

Nilai *mean* sebesar 15,648 pada variabel umur perusahaan menunjukkan bahwa umur perusahaan pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Bursa Efek Indonesia periode 2008 - 2011 memiliki nilai rata-rata sebesar 15,648. Standar deviasi menunjukkan nilai penyimpangan umur perusahaan dari nilai rata-ratanya. Diketahui nilai standar deviasi sebesar 5,404 yang berarti penyimpangan umur perusahaan dari nilai rata-ratanya adalah sebesar 5,404 atau dengan kata lain terdapat variasi data yang rendah dibanding dengan nilai rata-ratanya. Nilai minimum 1,00 dan nilai maksimum sebesar 29,00.

Nilai *mean* sebesar 0,889 pada variabel *profile* perusahaan menunjukkan bahwa *profile* perusahaan pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Bursa Efek Indonesia periode 2008 - 2011 memiliki nilai rata-rata sebesar 0,889. Standar deviasi menunjukkan nilai penyimpangan *profile* perusahaan dari nilai rata-ratanya. Diketahui nilai standar deviasi sebesar 0,316 yang berarti penyimpangan *profile* perusahaan dari nilai rata-ratanya adalah sebesar 0,316 atau dengan kata lain terdapat variasi data yang rendah dibanding dengan nilai rata-ratanya. Nilai minimum 0,00 dan nilai maksimum sebesar 1,00.

#### 4.2.2 Analisis Regresi Berganda

Uji regresi berganda bertujuan untuk menguji hubungan pengaruh antara satu variabel terhadap variabel lain. variabel yang dipengaruhi disebut variabel dependen sedangkan variabel yang mempengaruhi adalah variabel independen.

SPSS 17 *for windows* yang digunakan sebagai alat untuk analisis, hasil regresi linier berganda sebagaimana tertera pada tabel berikut:

**Tabel 4. 2**  
**Tabel Uji Analisis Regresi Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.138	.116		-1.196	.235
	SIZE	.024	.007	.289	3.242	.002
	ROA	.043	.127	.030	.335	.738
	LEV	-.191	.059	-.274	-3.255	.002
	AGE	.007	.002	.339	3.737	.000
	PROFILE	.044	.031	.122	1.409	.162

a. Dependent Variable: CSRDI

Sumber: Data sekunder yang telah diolah, 2012.

Berdasarkan tabel 4.2, maka koefisien untuk masing-masing variabel independen dapat dituliskan persamaan sebagai berikut:

$$\text{CSRDI} = 0,289 \text{ SIZE} + 0,030 \text{ ROA} - 0,274 \text{ LEV} + 0,339 \text{ AGE} + 0,122 \text{ PROFILE} + \varepsilon$$

Keterangan:

1. Koefisien regresi SIZE sebesar 0,289 menyatakan bahwa apabila ukuran perusahaan naik sebesar 1% sedangkan variabel lain dianggap konstan maka CSRDI diprediksi akan naik sebesar 28,9 persen.

2. Koefisien regresi ROA sebesar 0,030 menyatakan bahwa apabila profitabilitas perusahaan naik sebesar 1% sedangkan variabel lain dianggap konstan maka CSRDI diprediksi akan naik sebesar 3 persen.
3. Koefisien regresi LEV sebesar -0,274 menyatakan bahwa apabila tingkat *leverage* perusahaan naik sebesar 1% sedangkan variabel lain dianggap konstan maka CSRDI diprediksi akan turun sebesar 27,4 persen.
4. Koefisien regresi AGE sebesar 0,339 menyatakan bahwa apabila umur perusahaan bertambah 1 tahun sedangkan variabel lain dianggap konstan maka CSRDI diprediksi akan naik sebesar 33,9 persen.
5. Koefisien regresi PROFILE sebesar 0,122 menyatakan bahwa perusahaan *high profile* (karena tanda positif) lebih banyak mengungkapkan item-item CSRDI sebesar 12,2 persen dibandingkan perusahaan *low profile*.

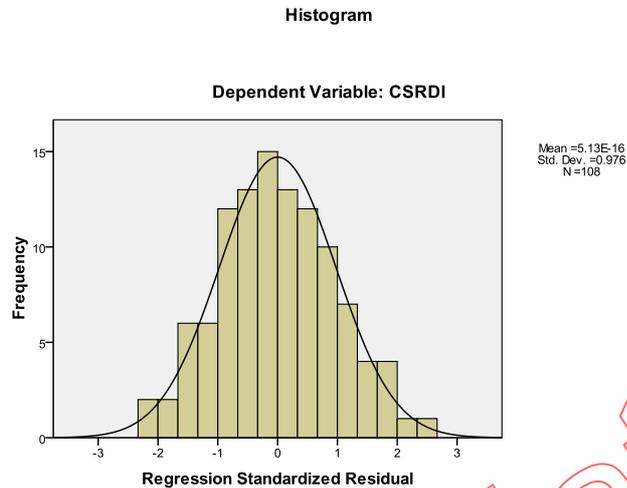
#### 4.2.3 Uji Asumsi Klasik

##### 4.2.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal ataukah tidak, yaitu dengan analisis grafik atau uji statistik (Ghozali, 2011).

Analisis grafik ini dilakukan dengan menggunakan histogram dan normal P-Plot. Normalitas suatu data dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau melihat grafik histogram dari residu (Ghozali, 2011).

**Gambar 4.1**  
**Hasil Pengujian Normalitas (Histogram)**

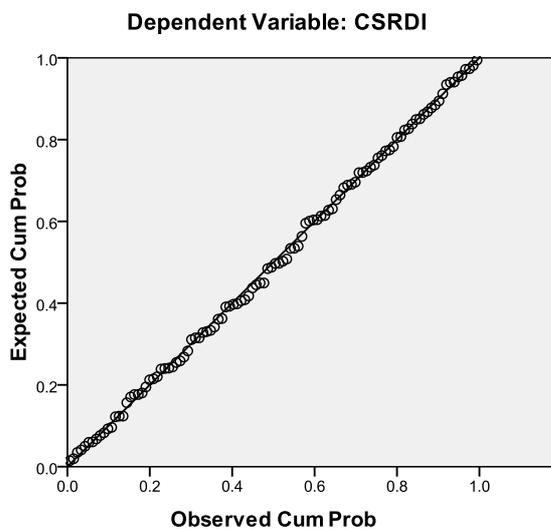


Sumber: Data sekunder yang telah diolah, 2012.

Berdasarkan gambar 4.1 dapat dilihat bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi normal, sehingga model regresi layak dipakai dan dapat dilanjutkan ke tahap pengujian selanjutnya karena telah memenuhi asumsi normalitas.

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Normalitas (P-Plot)**

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data sekunder yang telah diolah, 2012.

Pada grafik P-Plot terlihat data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis histogram menuju pola distribusi normal maka variabel dependen Y memenuhi asumsi normalitas.

Menurut Ghozali (2011), jika hanya melihat histogram dapat menyesatkan khususnya untuk sampel yang berjumlah kecil. Untuk itu, dilakukan uji statistik yang menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Uji ini dipandang lebih peka dibandingkan dengan analisis grafik dalam menentukan apakah data suatu penelitian berdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai CSRDI  $> 0,05$ ; maka tabel berdistribusi normal.

**Tabel 4.3**  
**Tabel Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		CSRDI
N		108
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.3159
	Std. Deviation	.11456
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.084
	Negative	-.044
Kolmogorov-Smirnov Z		.873
Asymp. Sig. (2-tailed)		.431

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data sekunder yang telah diolah, 2012.

Berdasarkan tabel 4.3 tersebut, dapat disimpulkan bahwa besarnya nilai Kolmogorov Smirnov adalah 0,873 dan signifikan pada 0,431. Hal ini berarti data residual berdistribusi normal karena signifikansinya  $> 0,05$  sehingga model regresi telah memenuhi asumsi normalitas. Hal tersebut konsisten dengan uji sebelumnya pada histogram dan P-Plot sehingga dapat disimpulkan bahwa data variabel dependen terdistribusi secara normal.

#### 4.2.3.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal (nilai korelasi sama dengan nol). Multikolonieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya, serta *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance*  $\leq 0.10$  atau sama dengan nilai *VIF*  $\geq 10$  (Ghozali, 2011). Berikut hasil perhitungan menggunakan program SPSS 17 :

**Tabel 4. 4**  
**Tabel Uji Multikolonieritas**

		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	-.138	.116		-1.196	.235		
	SIZE	.024	.007	.289	3.242	.002	.846	1.183
	ROA	.043	.127	.030	.335	.738	.845	1.184
	LEV	-.191	.059	-.274	-3.255	.002	.951	1.051
	AGE	.007	.002	.339	3.737	.000	.817	1.224
	PROFILE	.044	.031	.122	1.409	.162	.900	1.111

a. Dependent Variable: CSRDI

Sumber: Data sekunder yang telah diolah, 2012

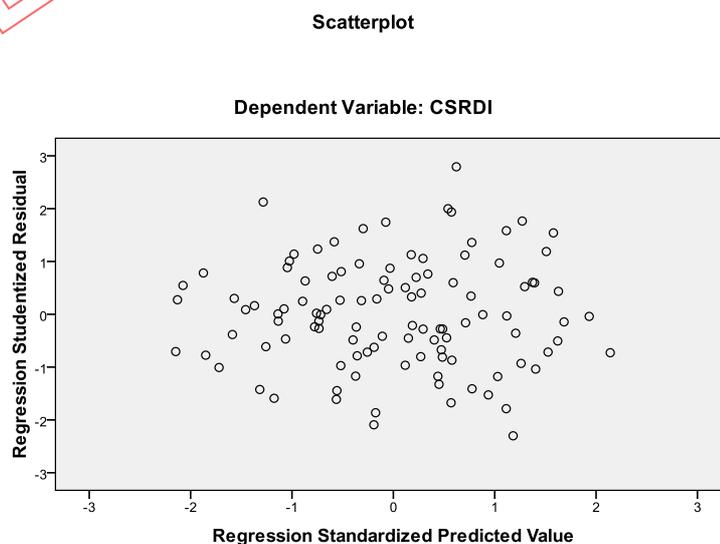
Dari tabel 4.4 diatas terlihat bahwa setiap variabel bebas mempunyai nilai *tolerance*  $> 10\%$  dan nilai *VIF*  $< 10$ . Nilai *tolerance* variabel ukuran perusahaan (SIZE) 84,6% dan nilai *VIF* 1,183; nilai *tolerance* variabel profitabilitas (ROA) 84,5% dan nilai *VIF* 1,184; nilai *tolerance* variabel tingkat *leverage* (LEV) 95,1% dan nilai *VIF* 1,051; nilai *tolerance* variabel umur perusahaan (AGE) 81,7% dan

nilai VIF 1,224; sedangkan nilai tolerance variabel *profile* perusahaan (PROFILE) 90% dan nilai VIF 1,111. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi ini.

#### 4.2.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas maka dapat dilakukan uji dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Apabila dalam grafik tersebut tidak terdapat pola tertentu yang teratur maka dapat diidentifikasi tidak terdapat heteroskedastisitas. Selain itu juga dideteksi dengan uji glejser dengan mengusulkan untuk meregresi nilai absolute residual terhadap variabel independen.

**Gambar 4.3**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Data sekunder yang telah diolah, 2012.

Pada grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini. Kemudian, dilakukan uji Glejser dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas, demikian pula sebaliknya, jika tidak ada variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 4. 5**  
**Tabel Uji Heteroskedastisitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-.036	.066		-.548	.585		
	SIZE	.005	.004	.132	1.260	.211	.846	1.183
	ROA	.036	.073	.052	.491	.624	.845	1.184
	LEV	.015	.033	.044	.443	.659	.951	1.051
	AGE	.001	.001	.126	1.182	.240	.817	1.224
	PROFILE	-.005	.018	-.031	-.304	.762	.900	1.111

a. Dependent Variable: abs\_ut

Sumber: Data sekunder yang telah diolah, 2012.

Hasil tampilan output SPSS 17 dengan jelas menunjukkan bahwa semua variabel independen mempunyai nilai sig  $\geq 0,05$ . Jadi, tidak ada variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen abs\_ut. Hal ini terlihat dari nilai sig pada tiap-tiap variabel independen seluruhnya diatas 0,05. Jadi, dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

#### 4.2.3.4 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). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk uji autokorelasi adalah dengan melakukan uji Durbin-Watson yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 6**  
**Tabel Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.559 <sup>a</sup>	.313	.279	.09726	1.835

a. Predictors: (Constant), PROFILE, AGE, LEV, SIZE, ROA

b. Dependent Variable: CSRDI

Sumber: Data sekunder yang telah diolah, 2012.

Pada penelitian ini dengan jumlah data  $(n) = 108$ , jumlah variabel independen  $(k) = 5$ , maka berdasarkan nilai Durbin-Watson dalam tabel (du) adalah 1,7841. Berdasarkan hal tersebut agar tidak terjadi autokorelasi dalam penelitian ini maka  $1,7841 < \text{nilai Durbin Watson} < 4 - 1,7841$  atau  $1,7841 < \text{nilai Durbin Watson} < 2,2159$ . Hasil uji autokorelasi pada penelitian ini, nilai Durbin Watson 1,835 yang berarti  $1,7841 < 1,835 < 2,2159$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model penelitian ini.

#### 4.2.4 Uji Kebaikan Model

##### 4.2.4.1 Ukuran Kesesuaian Model (Goodness of Fit)

**Tabel 4. 7**  
**Tabel Ukuran Kesesuaian Model**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.559 <sup>a</sup>	.313	.279	.09726	1.835

a. Predictors: (Constant), PROFILE, AGE, LEV, SIZE, ROA

b. Dependent Variable: CSRDI

Sumber: Data sekunder yang telah diolah, 2012.

Berdasarkan tabel 4.7 tersebut, dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* untuk variabel dependen CSRDI sebesar 0,279 atau 27,9%. Hal tersebut menunjukkan variabel independen yaitu karakteristik perusahaan yang diprosikan dengan ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan mampu menjelaskan variabel dependen CSRDI sebesar 27,9% sedangkan sisanya, yaitu 72,1% dijelaskan oleh variabel independen lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.

##### 4.2.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

**Tabel 4. 8**  
**Tabel Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.439	5	.088	9.285	.000 <sup>a</sup>
	Residual	.965	102	.009		
	Total	1.404	107			

a. Predictors: (Constant), PROFILE, AGE, LEV, SIZE, ROA

b. Dependent Variable: CSRDI

Sumber: Data sekunder yang telah diolah, 2012.

Dari tabel 4.8 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *p-value* adalah sebesar 0,000. Karena nilai *p-value* < 0,05; maka model regresi yang dibentuk dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel CSRDI. Selain itu juga dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan (SIZE), profitabilitas (ROA), tingkat *leverage* (LEV), umur perusahaan (AGE), dan *profile* perusahaan (PROFILE) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap CSRDI.

#### 4.2.5 Uji Hipotesis

##### 4.2.5.1 Uji statistik t (uji signifikansi parameter individual)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

**Tabel 4.9**  
**Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.138	.116		-1.196	.235
	SIZE	.024	.007	.289	3.242	.002
	ROA	.043	.127	.030	.335	.738
	LEV	-.191	.059	-.274	-3.255	.002
	AGE	.007	.002	.339	3.737	.000
	PROFILE	.044	.031	.122	1.409	.162

a. Dependent Variable: CSRD

Sumber: Data sekunder yang telah diolah, 2012.

**Pengujian Hipotesis 1: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.**

Hasil uji t pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa SIZE mempunyai nilai beta sebesar 0,289 dan nilai sig sebesar 0,002. Oleh karena  $p\text{-value} < 0,05$  dan  $t_{hitung} 3,242 > t_{tabel} 1,982$ ; maka mampu menerima  $H_a$  dan menolak  $H_o$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima, yang artinya bahwa variabel SIZE berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. 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 oleh perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan lebih luas. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu, diantaranya penelitian Darwis (2009) dan Untari (2010) yang menemukan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan, penelitian Anggraini (2006)

tidak berhasil menemukan hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### **Pengujian Hipotesis 2: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.**

Hasil uji t pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan ROA mempunyai nilai beta sebesar 0,030 dan nilai sig sebesar 0,738. Karena  $p\text{-value} > 0,05$  dan  $t_{\text{hitung}} 0,335 < t_{\text{tabel}} 1,982$ ; maka mampu menolak  $H_a$  dan menerima  $H_o$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Tidak adanya pengaruh variabel profitabilitas ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya tingkat profitabilitas perusahaan tidak memberikan dampak pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini dimungkinkan karena ketentuan mengenai tanggung jawab sosial telah menjadi kewajiban perusahaan yg *go public* seperti yang tertuang dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 ayat 1 bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan tidak melihat tingkat profitabilitasnya untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari dan Kholisoh (2009). Sedangkan Sitepu dan Siregar (2009) memperoleh hasil bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

### **Pengujian Hipotesis 3: Tingkat leverage berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.**

Hasil uji t pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa tingkat *leverage* mempunyai nilai beta sebesar -0,274 dan nilai sig sebesar 0,002. Oleh karena  $p\text{-value} < 0,05$  dan  $t_{\text{hitung}} 3,255 > t_{\text{tabel}} 1,982$ ; maka mampu menerima  $H_a$  dan menolak  $H_o$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima, yang artinya bahwa tingkat *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan

tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin besar *leverage* perusahaan, semakin besar kemungkinan transfer kemakmuran dari kreditur kepada pemegang saham dan manajemen tersebut (Meek dkk, 1995 dalam Suropto, 1999 dalam Yuninda, 2010). Hal ini menjadikan perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang tinggi akan mengurangi tingkat pengungkapan sosial mereka agar tidak menjadi sorotan para *debtholder*. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Cormier dan Magnan (1999) dalam Darwis (2009) yang menemukan pengaruh negatif signifikan antara *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### **Pengujian Hipotesis 4: Umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.**

Hasil uji t pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa umur perusahaan mempunyai nilai beta sebesar 0,007 dan nilai sig sebesar 0,000. Oleh karena  $p\text{-value} < 0,05$  dan  $t_{\text{hitung}} 3,737 > t_{\text{tabel}} 1,982$ ; maka mampu menerima  $H_a$  dan menolak  $H_o$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 diterima, yang artinya bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Umur perusahaan dapat dikaitkan dengan kinerja keuangan perusahaan dan perusahaan yang berumur lebih tua memiliki lebih banyak pengalaman dalam pengungkapan atas informasi perusahaan. Untari (2010) meneliti tentang umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, hasilnya menyatakan bahwa umur perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan Utami (2010) tidak menemukan pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### **Pengujian Hipotesis 5: *Profile* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.**

Hasil uji t pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa *profile* perusahaan mempunyai nilai beta sebesar 0,044 dan nilai sig sebesar 0,162. Oleh karena  $p\text{-value} > 0,05$  dan  $t_{\text{hitung}} 1,409 < t_{\text{tabel}} 1,982$ ; maka mampu menerima  $H_o$  dan

menolak  $H_a$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara *profile* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengklasifikasian perusahaan menjadi kelompok industri *high profile* dan *low profile* tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini dimungkinkan karena pelaksanaan tanggung jawab sosial merupakan suatu kewajiban perusahaan sehingga perusahaan *high profile* maupun *low profile* dapat melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

### **4.3 Analisis dan Pembahasan**

#### **4.3.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Dari hasil uji statistik diketahui bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, atau hipotesis pertama yang diajukan terbukti. Nilai beta yang positif menjelaskan bahwa semakin besar ukuran perusahaan akan semakin tinggi pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan.

Perusahaan yang memiliki aktiva lebih besar dimungkinkan akan melakukan pengungkapan secara lebih lengkap. Alasannya adalah bahwa perusahaan yang total aktivanya lebih besar, lebih mungkin dijadikan jaminan pencairan kredit. Perusahaan yang mencari dana dari kreditur atau dari luar perusahaan tadi akan memperoleh pengawasan dari pihak luar manajemen. Informasi keuangan dan non-keuangan yang diterbitkan perusahaan dapat dijadikan sarana transformasi informasi dalam rangka pengawasan. Dimana semakin tinggi jumlah aktiva dalam suatu perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan pengungkapan informasi perusahaan akan semakin besar (Agustina, 2012).

Berkaitan dengan teori agensi, perusahaan yang lebih besar memiliki biaya keagenan yang besar pula. Hal ini mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi yang lebih banyak lagi untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Selain itu, perusahaan yang besar merupakan emiten yang

banyak disoroti, sehingga pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan dan perusahaan besar yang aktivitas operasinya berkaitan dengan masyarakat dan lingkungan secara langsung akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Darwis (2009), Untari (2010), dan Utami & Prastiti (2011), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudarmadji & Sularto (2007) dan Sitepu & Siregar (2009) yang menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### **4.3.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Berdasarkan pengujian statistik dapat diketahui bahwa profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga, tinggi rendahnya profitabilitas yang dicapai oleh perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dari sisi teori legitimasi, profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini didukung dengan argumentasi bahwa saat perusahaan berada pada tingkat laba tinggi, manajemen perusahaan menganggap tidak perlu mengungkapkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi mengenai kinerja keuangan perusahaan yang sukses. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil ini sesuai dengan pendapat Kokubu *et. al*, (2001) dalam Sembiring (2005) yang menyatakan

bahwa *political visibility* perusahaan tergantung pada ukuran (*size*) dan bukan pada profitabilitasnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Sembiring (2005), Anggraini (2006), Darwis (2009), dan Sari & Kholisoh (2009), yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini tidak memberikan hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Sitepu & Siregar (2009) dan Untari (2010) yang menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### **4.3.3 Pengaruh Tingkat *Leverage* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Berdasarkan pengujian statistik dapat diketahui bahwa tingkat *leverage* berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Nilai beta yang negatif menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan maka pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan semakin rendah.

Pada saat perusahaan berada pada tingkat *leverage* yang tinggi, maka perusahaan akan berusaha mengurangi biaya-biaya yang dianggap kurang penting, salah satunya adalah biaya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan perusahaan memiliki kewajiban kepada pihak kreditur untuk melunasi segala kewajiban perusahaan terlebih dahulu.

Sesuai dengan teori agensi, tingkat *leverage* memiliki hubungan yang negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini dikarenakan manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan cenderung mengurangi informasi pengungkapan tanggung jawab sosial agar tidak menjadi sorotan para *debtholder*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Cormier & Magnan (1999) dalam Darwis (2009) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara negatif signifikan antara tingkat *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sependapat dengan penelitian Sembiring

(2005), Anggraini (2006), Darwis (2009), Sitepu & Siregar (2009), dan Untari (2010) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara tingkat *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### **4.3.4 Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Berdasarkan hasil pengujian statistik diketahui bahwa umur perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan. Nilai beta yang positif menjelaskan bahwa semakin tua umur perusahaan, maka perusahaan tersebut akan cenderung mengungkapkan informasi keuangan dan non-keuangan perusahaan lebih banyak. Perusahaan yang berumur lebih tua dianggap lebih memiliki banyak pengalaman dalam mempublikasikan laporan tahunannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Untari (2010) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Utami (2010) yang membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh antara umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

#### **4.3.5 Pengaruh *Profile* Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Berdasarkan pengujian statistik diketahui bahwa *profile* perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Anggraini (2006) yang menyatakan bahwa tipe industri (*high profile* dan *low profile*) berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

*Profile* perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, hasil penelitian ini tidak sesuai dengan argumen yang menyatakan bahwa perusahaan *high profile* lebih banyak mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial dibandingkan dengan perusahaan *low profile*. Perusahaan *high profile* dianggap lebih mendapatkan perhatian dari masyarakat berkaitan dengan aktivitas operasi perusahaan yang cenderung bersinggungan

dengan kepentingan luas, sehingga perusahaan *high profile* akan mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial yang tentunya diharapkan melaporkan aktivitas perusahaan yang harmonis dengan lingkungan dan alam sekitar.

STIE BPD Jateng

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dari pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hal ini dibuktikan dari pengujian statistik diperoleh hasil bahwa SIZE mempunyai nilai beta sebesar 0,289 dan nilai sig sebesar 0,002. Oleh karena  $p\text{-value} < 0,05$  dan  $t_{\text{hitung}} 3,242 > t_{\text{tabel}} 1,982$ ; maka mampu menerima  $H_a$  dan menolak  $H_o$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Koefisien menunjukkan arah yang positif mengindikasikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial semakin tinggi juga.

2. Tidak terdapat pengaruh antara profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hal ini dibuktikan dari pengujian statistik diperoleh hasil bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan ROA mempunyai nilai beta sebesar 0,030 dan nilai sig sebesar 0,738. Karena  $p\text{-value} > 0,05$  dan  $t_{\text{hitung}} 0,335 < t_{\text{tabel}} 1,982$ ; maka mampu menolak  $H_a$  dan menerima  $H_o$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Tinggi

rendahnya tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

3. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara tingkat *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hal ini dibuktikan dari pengujian statistik diperoleh hasil bahwa tingkat *leverage* mempunyai nilai beta sebesar -0,274 dan nilai sig sebesar 0,002. Oleh karena  $p\text{-value} < 0,05$  dan  $t_{\text{hitung}} 3,255 > t_{\text{tabel}} 1,982$ ; maka mampu menerima  $H_a$  dan menolak  $H_o$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Nilai koefisien menunjukkan arah yang negatif mengindikasikan semakin tinggi tingkat *leverage*, maka pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan makin rendah.

4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hal ini dibuktikan dari pengujian statistik diperoleh hasil bahwa umur perusahaan mempunyai nilai beta sebesar 0,339 dan nilai sig sebesar 0,000. Oleh karena  $p\text{-value} < 0,05$  dan  $t_{\text{hitung}} 3,737 > t_{\text{tabel}} 1,982$ ; maka mampu menerima  $H_a$  dan menolak  $H_o$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Nilai koefisien yang positif mengindikasikan bahwa semakin bertambah umur perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial makin meningkat.

5. Tidak terdapat pengaruh antara *profile* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hal ini dibuktikan dari pengujian statistik diperoleh hasil bahwa *profile* perusahaan mempunyai nilai beta sebesar 0,122 dan nilai sig sebesar 0,162. Oleh karena  $p\text{-value} > 0,05$  dan  $t_{\text{hitung}} 1,409 < t_{\text{tabel}} 1,982$ ; maka mampu menerima  $H_o$  dan menolak  $H_a$ . Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara *profile* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengklasifikasian perusahaan menjadi perusahaan *high profile* dan *low profile* tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

6. Karakteristik perusahaan (ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan) secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan uji statistik yang menghasilkan tingkat signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$ , sehingga  $H_6$  diterima.

## 5.2 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, diantaranya:

1. keterbatasan pada nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,279. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan) dalam mempengaruhi variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI hanya sebesar 27,9% sedangkan sisanya sebesar 72,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak terdapat di dalam penelitian ini, seperti ukuran dewan komisaris, struktur kepemilikan, kepemilikan manajemen, dan sebagainya..
2. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya terfokus kepada industri manufaktur saja, sehingga kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan terhadap industri yang lain.

### 5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan pada penelitian ini maka saran untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menambahkan beberapa variabel independen yang lain, seperti ukuran dewan komisaris, struktur kepemilikan, kepemilikan manajemen, dan sebagainya.
2. Agar hasil penelitian mendukung kesimpulan yang lebih akurat, maka sampel yang digunakan hendaknya tidak hanya perusahaan manufaktur saja, misalnya seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### 5.4 Implikasi Manajerial

#### 1. Bagi Perusahaan

Implikasi manajerial bagi perusahaan sesuai hasil penelitian adalah dengan mengetahui berbagai variabel seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, umur perusahaan, dan *profile* perusahaan yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial yang akan digunakan oleh perusahaan sebagai salah satu modal menarik investor.

Perusahaan juga diharapkan menjadi lebih peka terhadap lingkungan sekitar perusahaan, karena keberlangsungan perusahaan saat ini tidak hanya bertumpu pada orientasi perusahaan untuk memperoleh laba, tetapi juga bagaimana perusahaan dapat peduli dan cepat tanggap terhadap kondisi lingkungan sekitar perusahaan. Program-program sosial seperti penghijauan lingkungan sekitar pabrik, menjadi sponsor kesehatan masyarakat, program kesejahteraan karyawan, pengelolaan limbah, dan sebagainya dapat secara bertahap dilakukan perusahaan dalam rangka peningkatan tanggung jawab sosial.

## 2. Bagi Investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu investor yang ingin melakukan investasi pada perusahaan manufaktur. Investor sebaiknya mempertimbangkan faktor-faktor yang telah terbukti mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu ukuran perusahaan, tingkat *leverage*, dan umur perusahaan.

Investor juga harus lebih memperhatikan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan. Karena isu-isu sosial semakin berkembang, masyarakat semakin memperhatikan mengenai lingkungan, perusahaan haruslah dapat melakukan kepedulian sosial terhadap lingkungan sekitar perusahaan agar keberlangsungan perusahaan dapat terjamin. Semakin banyak informasi yang diungkapkan perusahaan mengenai tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan, maka semakin bagus kinerja perusahaan di mata masyarakat. Hal inilah yang menjadi bahan tambahan pertimbangan untuk investor sebelum investor menanamkan modalnya di perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Linda (2012), Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Laporan Tahunan, *Jurnal Dinamika Akuntansi*, Vol. 4, No.1, Maret 2012, pp. 55-63.
- 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 IX*, Padang, 23-26 Agustus 2006.
- Darwis, Herman (2009), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Financial Leverage terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan High Profile di BEI, *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 13, No.1, 52-61.
- Dewi, Marisa Rosiana (2010), Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, STIE Bank BPD Jawa Tengah, *Skripsi-Tidak dipublikasikan*.
- Diastiti, Okkarisma Dewi (2010), Pengaruh Jenis Usaha, Ukuran Perusahaan, dan *Financial Leverage* terhadap Tindakan Perataan Laba pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Studi Empiris di Bursa Efek Indonesia), Universitas Diponegoro, *Skripsi-Dipublikasikan*.
- Ferdinand, Augusty (2011), *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Nor (2011), *Corporate Social Responsibility*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Harjanti, Mardina Dwi (2011), Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen, Umur Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan, STIE Bank BPD Jawa Tengah, *Skripsi-Tidak dipublikasikan*.
- Harsanti, Ponny (2011), *Corporate Social Responsibility dan Teori Legitimasi*, Mawas Edisi Juni 2011.
- Hasanah, Chuswatun (2008), *Praktek Pengungkapan Sosial pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta Tahun 2005*, STIE Bank BPD Jawa Tengah, *Skripsi-Tidak dipublikasikan*.
- Ikatan Akuntan Indonesia (2002), *Standar Akuntansi Keuangan*, Jakarta: Salemba Empat.
- Indah, Maya Sari (2011), Analisis Pengaruh Rasio Keuangan, Porsi Saham Publik, dan Umur Perusahaan Terhadap Kelengkapan Pengungkapan

Laporan Keuangan Pada Perusahaan Perkebunan dan Pertambangan yang Terdaftar di BEI, Universitas Sumatera Utara, *Skripsi-Dipublikasikan*.

Kartika, Andi (2009), Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, *Kajian Akuntansi*, Vol. 1 No. 1, Februari 2009.

Machmud, Novita dan Chaerul D. Djakman (2008), Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR *Disclosure*) Pada Laporan Tahunan Perusahaan: Studi Empiris Pada Perusahaan Publik yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006. *Simposium Nasional Akuntansi XI*, Pontianak, 22-25 Juli 2008.

Marpaung, Anggita Zoraya (2010), Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (*Social Disclosure*) dalam Laporan Keuangan Tahunan, Universitas Sumatera Utara, *Skripsi-Dipublikasikan*.

Mirfazli, Edwin dan Nurdiono (2007), Evaluasi Pengungkapan Informasi Pertanggung jawaban Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan dalam Kelompok Aneka Industri yang Go Publik di BEI, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol.12, No.1, 1-11.

Permana, Virgiwan Aditya (2012), Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Karakteristik Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI), *Diponegoro Journal Of Accounting*, Vol. 1, No. 2, Tahun 2012, 1-12.

Prastiti, Sawitri Dwi dan Sri Utami (2011), Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Social Disclosure*, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Th. 16, No. 1, Maret 2011.

Rustiarini, Ni Wayan (2011), Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Ejournal Universitas Udayana*, Vol. 6, No. 1, Januari 2011.

Sari, Nur Maemunah Permata dan Dr. Luluk Kholisoh (2009), Effect of Company Characteristic to Corporate Social Responsibility Disclosure On Manufacture Companies, FE Gunadarma University, Tersedia.

Sekaran, Uma (2006), *Research Methods For Business, Buku 1*, (Terjemahan), Jakarta: Salemba Empat.

Sembiring, Eddy Rismanda (2005), Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta, *Simposium Nasional Akuntansi VIII*, Solo, 15-16 September 2005, 379-395.

Sitepu, Andre Christian dan Hasan Sakti Siregar (2009), Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Tahunan

pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta, FE Universitas Sumatera Utara, Tersedia.

Solihin, Ismail (2011), *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*, Jakarta: Salemba Empat.

Sudarmadji, Ardi Murdoko dan Lana Sularto (2007), Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan Terhadap Luas Voluntary Disclosure Laporan Keuangan Tahunan, *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitek, & Sipil)*. Auditorium Kampus Gunadarma, 21-22 Agustus 2007, hlm A53 – A61.

Untari, Lisna (2010), Effect on Company Characteristics Corporate Social Responsibility Disclosures in Corporate Annual Report of Consumption Listed in Indonesia Stock Exchange, FE Gunadarma University, Tersedia.

Utami, Indah Dewi (2010), Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing, dan Umur Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, *Abstrak Jam*, Vol.21, No.3.

Utami, Sri dan Sawitri Dwi Prastiti (2011), Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Social Disclosure*, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 16, No.1.

Vindayanti, Erlina (2011), Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Laporan Keuangan dan Implikasi Luas Pengungkapan Laporan Keuangan terhadap Asimetri Informasi (Studi pada Perusahaan-Perusahaan Sektor Manufaktur yang *Go Public* Di BEI), STIE Bank BPD Jateng, *Skripsi-Tidak Dipublikasikan*.

Wibisono, Yusuf (2007), *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*, Gresik: Fascho Publishing.

Yap, Raldy dan Agnes Utari Widyaningdyah (2009), Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan yang *Go Public* di Bursa Efek Indonesia (Studi Empiris Atas Perusahaan *High* dan *Low-Profile*), *Majalah Ekonomi*, Tahun XIX, No.1 April 2009.

Yuninda, Rinda (2010), Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia, STIE Bank BPD Jateng, *Skripsi-Tidak dipublikasikan*.

*Websites:*

[www.csrindonesia.com](http://www.csrindonesia.com)

[www.id.wikipedia.org](http://www.id.wikipedia.org)

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

[www.informasicsr.blogspot.com](http://www.informasicsr.blogspot.com)

[www.iso.org/sr](http://www.iso.org/sr)

# LAMPIRAN

STIE BPD Jateng

## Lampiran 1

### Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur

Kelompok Industri	Nama Perusahaan	Kode	Jumlah
<i>Food and Beverages</i>	Sierad Produce Tbk	SIPD	3
	SMART Tbk	SMAR	
	Ultra Jaya Milk Tbk	ULTJ	
<i>Tobacco Manufacturers</i>	HM Sampoerna Tbk	HMSP	1
<i>Lumber and Wood Products</i>	Barito Pacific Tbk	BRPT	1
<i>Chemical and Allied Products</i>	AKR Corporindo Tbk	AKRA	1
<i>Plastic and Glass Products</i>	Asahimas Flat Glass Tbk	AMFG	1
<i>Cement</i>	Holcim Indonesia Tbk	SMCB	3
	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk	INTP	
	Semen Gresik (Persero) Tbk	SMGR	
<i>Stone</i>	Arwana Citramulia Tbk	ARNA	1
<i>Electronic and Office Equipment</i>	Astra Graphia Tbk	ASGR	1
<i>Automotive</i>	Astra International Tbk	ASII	8
	Astra Otoparts Tbk	AUTO	
	Gajah Tunggul Tbk	GJTL	
	Hexindo Adiperkasa Tbk	HEXA	
	Intraco Penta Tbk	INTA	
	Selamat Sempurna Tbk	SMSM	
	Tunas Ridean Tbk	TURI	
	United Tractors Tbk	UNTR	
<i>Pharmaceuticals</i>	Kalbe Farma Tbk	KLBF	2
	Kimia Farma (Persero) Tbk	KAEF	
<i>Consumer Goods</i>	Unilever Indonesia Tbk	UNVR	1
<i>Telecommunication</i>	Excelcomindo Pratama Tbk	EXCL	2
	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk	TLKM	
<i>Wholesale and Retail</i>	Enseval Putera Megatrading Tbk	EPMT	2
	Ace Hardware Indonesia Tbk	ACES	
<b>Jumlah Perusahaan Manufaktur</b>			<b>27</b>

Sumber: Data Sekunder yang telah diolah, 2012.

## Lampiran 2

### Item-item Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

No.	KATEGORI
<b>Lingkungan</b>	
1	Pengendalian polusi kegiatan operasi; pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi
2	Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi
3	Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi
4	Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi
5	Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air, dan kertas
6	Penggunaan material daur ulang
7	Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan
8	Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan
9	Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan
10	Kontribusi dalam pemugaran bangunan bersejarah
11	Pengolahan limbah
12	Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan
13	Perlindungan lingkungan hidup
<b>Energi</b>	
14	Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi
15	Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi
16	Mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang
17	Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi
18	Pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk
19	Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk
20	Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan
<b>Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja</b>	
21	Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja
22	Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental

23	Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja
24	Mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja
25	Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja
26	Menetapkan suatu komite keselamatan kerja
27	Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja
28	Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja
<b>Lain-lain tentang Tenaga Kerja</b>	
29	Perekrutan atau memanfaatkan tenaga wanita/orang cacat
30	Mengungkapkan persentase/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat manajerial
31	Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan
32	Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat
33	Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja
34	Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan
35	Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja
36	Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan
37	Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan
38	Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi
39	Mengungkapkan persentase gaji untuk pensiun
40	Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan
41	Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan
42	Mengungkapkan tingkatan manajerial yang ada
43	Mengungkapkan disposisi staff - di mana staff ditempatkan
44	Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka
45	Mengungkapkan statistik tenaga kerja, misal penjualan per tenaga kerja
46	Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut
47	Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja
48	Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain
49	Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja
50	Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan
51	Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah
52	Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh
53	Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja
54	Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan
55	Peningkatan kondisi kerja secara umum

56	Informasi re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja
57	Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja
<b>Produk</b>	
58	Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya
59	Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk
60	Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk
61	Pengungkapan bahwa produk memenuhi standard keselamatan
62	Membuat produk lebih aman untuk konsumen
63	Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan
64	Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk
65	Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan
66	Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan
67	Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (Misalnya ISO 9000)
<b>Keterlibatan Masyarakat</b>	
68	Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan, dan seni
69	Tenaga kerja paruh waktu ( <i>part-time employment</i> ) dari mahasiswa/pelajar
70	Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat
71	Membantu riset medis
72	Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni
73	Membiayai program beasiswa
74	Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat
75	Mensponsori kampanye nasional
76	Mendukung pengembangan industri local
<b>Umum</b>	
77	Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat
78	Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas

Sumber: Sembiring, 2005.

**Lampiran 3**  
**Data Variabel Ukuran Perusahaan**

NO.	KODE	NAMA PERUSAHAAN	SIZE			
			2008	2009	2010	2011
1	SIPD	Sierad Produce Tbk	14.14	14.31	14.54	14.31
2	SMAR	SMART Tbk	16.12	16.14	16.34	16.50
3	ULTJ	Ultra Jaya Milk Tbk	14.37	14.37	14.51	14.59
4	HMSP	HM Sampoerna Tbk	16.60	16.69	16.84	16.78
5	BRPT	Barito Pacific Tbk	16.66	16.62	16.59	16.75
6	AKRA	AKR Corporindo Tbk	15.40	15.62	15.85	15.93
7	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk	14.51	14.49	14.68	14.81
8	SMCB	Holcim Indonesia Tbk	15.85	15.80	16.16	16.21
9	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk	16.24	16.40	16.55	16.71
10	SMGR	Semen Gresik (Persero) Tbk	16.18	16.38	16.56	16.79
11	ARNA	Arwana Citramulia Tbk	13.51	13.62	13.68	13.63
12	ASGR	Astra Graphia Tbk	13.64	13.56	13.80	13.93
13	ASII	Astra International Tbk	18.21	18.30	18.54	18.85
14	AUTO	Astra Otoparts Tbk	15.20	15.35	15.54	15.76
15	GJTL	Gajah Tunggul Tbk	15.98	16.02	16.15	16.26
16	HEXA	Hexindo Adiperkasa Tbk	14.42	14.53	14.54	15.04
17	INTA	Intraco Penta Tbk	13.94	13.97	14.31	15.13
18	SMSM	Selamat Sempurna Tbk	13.74	13.76	13.88	13.94
19	TURI	Tunas Ridean Tbk	15.09	14.39	14.56	14.75
20	UNTR	United Tractors Tbk	16.94	17.01	17.21	17.65
21	KLBF	Kalbe Farma Tbk	15.56	15.68	15.77	15.93
22	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk	14.18	14.26	14.32	14.40
23	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	15.69	15.83	15.98	16.17
24	EXCL	Excelcomindo Pratama Tbk	17.18	17.13	17.12	17.25
25	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk	18.33	18.40	18.42	18.45
26	EPMT	Enseval Putera Megatrading Tbk	14.74	14.91	15.00	15.29
27	ACES	Ace Hardware Indonesia Tbk	13.58	13.79	13.99	14.19

Sumber: Data sekunder yang telah diolah, 2012.

**Lampiran 4**  
**Data Variabel Profitabilitas**

NO.	KODE	NAMA PERUSAHAAN	PROFITABILITAS (ROA)			
			2008	2009	2010	2011
1	SIPD	Sierad Produce Tbk	0.02	0.02	0.03	0.01
2	SMAR	SMART Tbk	0.10	0.07	0.10	0.12
3	ULTJ	Ultra Jaya Milk Tbk	0.17	0.04	0.05	0.05
4	HMSP	HM Sampoerna Tbk	0.24	0.29	0.31	0.42
5	BRPT	Barito Pacific Tbk	0.20	0.03	0.03	0.00
6	AKRA	AKR Corporindo Tbk	0.04	0.05	0.04	0.28
7	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk	0.11	0.03	0.14	0.13
8	SMCB	Holcim Indonesia Tbk	0.04	0.12	0.08	0.10
9	INTP	Indocement Tunggal Prakarsa Tbk	0.15	0.21	0.21	0.20
10	SMGR	Semen Gresik (Persero) Tbk	0.24	0.26	0.23	0.20
11	ARNA	Arwana Citramulia Tbk	0.07	0.08	0.09	0.12
12	ASGR	Astra Graphia Tbk	0.07	0.09	0.12	0.12
13	ASII	Astra International Tbk	0.11	0.11	0.13	0.14
14	AUTO	Astra Otoparts Tbk	0.14	0.17	0.20	0.16
15	GJTL	Gajah Tunggal Tbk	0.07	0.10	0.08	0.08
16	HEXA	Hexindo Adiperkasa Tbk	0.14	0.10	0.13	0.14
17	INTA	Intraco Penta Tbk	0.02	0.04	0.05	0.03
18	SMSM	Selamat Sempurna Tbk	0.10	0.14	0.14	0.19
19	TURI	Tunas Ridean Tbk	0.07	0.18	0.13	0.13
20	UNTR	United Tractors Tbk	0.12	0.16	0.13	0.13
21	KLBF	Kalbe Farma Tbk	0.12	0.14	0.18	0.19
22	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk	0.04	0.04	0.08	0.10
23	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	0.37	0.41	0.39	0.40
24	EXCL	Excelcomindo Pratama Tbk	0.00	0.06	0.11	0.09
25	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk	0.12	0.12	0.12	0.15
26	EPMT	Enseval Putera Megatrading Tbk	0.11	0.11	0.08	0.08
27	ACES	Ace Hardware Indonesia Tbk	0.17	0.16	0.15	0.19

Sumber: Data sekunder yang telah diolah, 2012.

**Lampiran 5**  
**Data Variabel Tingkat *Leverage***

NO	KODE	NAMA PERUSAHAAN	LEVERAGE			
			2008	2009	2010	2011
1	SIPD	Sierad Produce Tbk	0.25	0.28	0.40	0.52
2	SMAR	SMART Tbk	0.54	0.53	0.53	0.50
3	ULTJ	Ultra Jaya Milk Tbk	0.35	0.35	0.35	0.36
4	HMSP	HM Sampoerna Tbk	0.50	0.41	0.50	0.47
5	BRPT	Barito Pacific Tbk	0.48	0.46	0.51	0.49
6	AKRA	AKR Corporindo Tbk	0.60	0.63	0.63	0.57
7	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk	0.25	0.22	0.22	0.20
8	SMCB	Holcim Indonesia Tbk	0.67	0.54	0.35	0.31
9	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk	0.24	0.19	0.15	0.13
10	SMGR	Semen Gresik (Persero) Tbk	0.23	0.20	0.22	0.26
11	ARNA	Arwana Citramulia Tbk	0.61	0.58	0.52	0.42
12	ASGR	Astra Graphia Tbk	0.60	0.51	0.52	0.51
13	ASII	Astra International Tbk	0.50	0.45	0.48	0.51
14	AUTO	Astra Otoparts Tbk	0.30	0.27	0.27	0.32
15	GJTL	Gajah Tunggul Tbk	0.81	0.69	0.66	0.62
16	HEXA	Hexindo Adiperkasa Tbk	0.67	0.54	0.49	0.52
17	INTA	Intraco Penta Tbk	0.71	0.66	0.42	0.86
18	SMSM	Selamat Sempurna Tbk	0.37	0.42	0.47	0.41
19	TURI	Tunas Ridean Tbk	0.71	0.44	0.42	0.42
20	UNTR	United Tractors Tbk	0.51	0.43	0.46	0.41
21	KLBF	Kalbe Farma Tbk	0.24	0.26	0.18	0.21
22	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk	0.34	0.36	0.33	0.30
23	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	0.52	0.50	0.53	0.65
24	EXCL	Excelcomindo Pratama Tbk	0.85	0.68	0.57	0.56
25	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk	0.52	0.49	0.43	0.41
26	EPMT	Enseval Putera Megatrading Tbk	0.47	0.46	0.45	0.44
27	ACES	Ace Hardware Indonesia Tbk	0.14	0.11	0.12	0.15

Sumber: Data sekunder yang telah diolah, 2012.

**Lampiran 6**  
**Data Variabel Umur Perusahaan**

NO.	KODE	NAMA PERUSAHAAN	UMUR PERUSAHAAN (AGE)			
			2008	2009	2010	2011
1	SIPD	Sierad Produce Tbk	12	13	14	15
2	SMAR	SMART Tbk	16	17	18	19
3	ULTJ	Ultra Jaya Milk Tbk	18	19	20	21
4	HMSP	HM Sampoerna Tbk	18	19	20	21
5	BRPT	Barito Pacific Tbk	15	16	17	18
6	AKRA	AKR Corporindo Tbk	18	19	20	21
7	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk	13	14	15	16
8	SMCB	Holcim Indonesia Tbk	11	12	13	14
9	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk	19	20	21	22
10	SMGR	Semen Gresik (Persero) Tbk	17	18	19	20
11	ARNA	Arwana Citramulia Tbk	7	8	9	10
12	ASGR	Astra Graphia Tbk	19	20	21	22
13	ASII	Astra International Tbk	18	19	20	21
14	AUTO	Astra Otoparts Tbk	10	11	12	13
15	GJTL	Gajah Tunggul Tbk	18	19	20	21
16	HEXA	Hexindo Adiperkasa Tbk	13	14	15	16
17	INTA	Intraco Penta Tbk	15	16	17	18
18	SMSM	Selamat Sempurna Tbk	12	13	14	15
19	TURI	Tunas Ridean Tbk	13	14	15	16
20	UNTR	United Tractors Tbk	19	20	21	22
21	KLBF	Kalbe Farma Tbk	17	18	19	20
22	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk	7	8	9	10
23	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	26	27	28	29
24	EXCL	Excelcomindo Pratama Tbk	3	4	5	6
25	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk	13	14	15	16
26	EPMT	Enseval Putera Megatrading Tbk	14	15	16	17
27	ACES	Ace Hardware Indonesia Tbk	1	2	3	4

Sumber: Data sekunder yang telah diolah, 2012.

**Lampiran 7**  
**Data Variabel *Profile* Perusahaan**

NO.	KODE	NAMA PERUSAHAAN	PROFILE
1	SIPD	Sierad Produce Tbk	1
2	SMAR	SMART Tbk	1
3	ULTJ	Ultra Jaya Milk Tbk	1
4	HMSP	HM Sampoerna Tbk	1
5	BRPT	Barito Pacific Tbk	1
6	AKRA	AKR Corporindo Tbk	1
7	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk	1
8	SMCB	Holcim Indonesia Tbk	1
9	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk	1
10	SMGR	Semen Gresik (Persero) Tbk	1
11	ARNA	Arwana Citramulia Tbk	1
12	ASGR	Astra Graphia Tbk	1
13	ASII	Astra International Tbk	1
14	AUTO	Astra Otoparts Tbk	1
15	GJTL	Gajah Tunggul Tbk	1
16	HEXA	Hexindo Adiperkasa Tbk	1
17	INTA	Intraco Penta Tbk	1
18	SMSM	Selamat Sempurna Tbk	1
19	TURI	Tunas Ridean Tbk	1
20	UNTR	United Tractors Tbk	1
21	KLBF	Kalbe Farma Tbk	1
22	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk	1
23	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	0
24	EXCL	Excelcomindo Pratama Tbk	1
25	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk	1
26	EPMT	Enseval Putera Megatrading Tbk	0
27	ACES	Ace Hardware Indonesia Tbk	0

Sumber: Data sekunder yang telah diolah, 2012.

**Lampiran 8**  
**Data Variabel CSR Disclosure Index**

NO.	KODE	NAMA PERUSAHAAN	JUMLAH ITEM YANG DIUNGKAPKAN				CSR DISCLOSURE INDEX			
			2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
1	SIPD	Sierad Produce Tbk	17	18	19	19	21.79%	23.08%	24.36%	24.36%
2	SMAR	SMART Tbk	31	31	34	42	39.74%	39.74%	43.59%	53.85%
3	ULTJ	Ultra Jaya Milk Tbk	22	20	17	15	28.21%	25.64%	21.79%	19.23%
4	HMSP	HM Samporna Tbk	21	21	18	14	26.92%	26.92%	23.08%	17.95%
5	BRPT	Barito Pacific Tbk	24	18	23	24	30.77%	23.08%	29.49%	30.77%
6	AKRA	AKR Corporindo Tbk	19	29	18	21	24.36%	37.18%	23.08%	26.92%
7	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk	21	29	29	25	26.92%	37.18%	37.18%	32.05%
8	SMCB	Holcim Indonesia Tbk	27	27	32	32	34.62%	34.62%	41.03%	41.03%
9	INTP	Indocement Tunggal Prakarsa Tbk	24	29	34	30	30.77%	37.18%	43.59%	38.46%
10	SMGR	Semen Gresik (Persero) Tbk	42	36	41	44	53.85%	46.15%	52.56%	56.41%
11	ARNA	Arwana Citramulia Tbk	16	21	19	34	20.51%	26.92%	24.36%	43.59%
12	ASGR	Astra Graphia Tbk	21	30	35	37	26.92%	38.46%	44.87%	47.44%
13	ASII	Astra International Tbk	17	24	27	32	21.79%	30.77%	34.62%	41.03%
14	AUTO	Astra Otoparts Tbk	25	28	28	34	32.05%	35.90%	35.90%	43.59%
15	GJTL	Gajah Tunggal Tbk	10	10	24	22	12.82%	12.82%	30.77%	28.21%
16	HEXA	Hexindo Adiperkasa Tbk	19	20	32	21	24.36%	25.64%	41.03%	26.92%
17	INTA	Intraco Penta Tbk	18	19	26	20	23.08%	24.36%	33.33%	25.64%
18	SMSM	Selamat Sempurna Tbk	19	22	25	24	24.36%	28.21%	32.05%	30.77%
19	TURI	Tunas Ridean Tbk	7	11	14	8	8.97%	14.10%	17.95%	10.26%

20	UNTR	United Tractors Tbk	27	30	28	36	34.62%	38.46%	35.90%	46.15%
21	KLBF	Kalbe Farma Tbk	18	29	35	36	23.08%	37.18%	44.87%	46.15%
22	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk	18	26	30	28	23.08%	33.33%	38.46%	35.90%
23	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	25	36	38	47	32.05%	46.15%	48.72%	60.26%
24	EXCL	Excelcomindo Pratama Tbk	18	8	28	22	23.08%	10.26%	35.90%	28.21%
25	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk	42	31	37	44	53.85%	39.74%	47.44%	56.41%
26	EPMT	Enseval Putera Megatrading Tbk	14	16	21	15	17.95%	20.51%	26.92%	19.23%
27	ACES	Ace Hardware Indonesia Tbk	9	10	9	14	11.54%	12.82%	11.54%	17.95%

Sumber: Data sekunder yang telah diolah, 2012.

**Lampiran 9**  
**Tabulasi SPSS Data yang diolah**

Y	X1	X2	X3	X4	X5	RES_1	abs_ut	RES_2
0.22	14.14	0.14	0.25	12	1	-0.07507	0.08	0.01619
0.4	16.12	0.1	0.54	16	1	0.08364	0.08	0.00596
0.28	14.37	0.17	0.35	18	1	-0.04334	0.04	-0.02717
0.27	16.6	0.24	0.5	18	1	-0.08365	0.08	-0.00352
0.31	16.66	0.2	0.48	15	1	-0.027	0.03	-0.05477
0.24	15.4	0.21	0.6	18	1	-0.06013	0.06	-0.02083
0.27	14.51	0.11	0.25	13	1	-0.03969	0.04	-0.02146
0.35	15.85	0.19	0.67	11	1	0.09595	0.1	0.02115
0.31	16.24	0.15	0.24	19	1	-0.08894	0.09	0.00928
0.54	16.18	0.24	0.23	17	1	0.15115	0.15	0.07169
0.21	13.51	0.27	0.61	7	1	0.02568	0.03	-0.03326
0.27	13.64	0.27	0.6	19	1	-0.00072	0	-0.07449
0.22	18.21	0.11	0.5	18	1	-0.16928	0.17	0.07805
0.32	15.2	0.14	0.3	10	1	0.02481	0.02	-0.0379
0.13	15.98	0.27	0.81	18	1	-0.15166	0.15	0.06228
0.24	14.42	0.14	0.67	13	1	0.01548	0.02	-0.0523
0.23	13.94	0.14	0.71	15	1	0.00825	0.01	-0.0603
0.24	13.74	0.31	0.37	12	1	-0.02532	0.03	-0.0393
0.09	15.09	0.26	0.71	13	1	-0.15078	0.15	0.07433
0.35	16.94	0.12	0.51	19	1	-0.01539	0.02	-0.07062
0.23	15.56	0.12	0.24	17	1	-0.13486	0.13	0.06268
0.23	14.18	0.2	0.34	7	1	-0.01238	0.01	-0.04356
0.32	15.69	0.37	0.52	26	0	-0.02503	0.03	-0.07798
0.23	17.18	0.02	0.85	3	1	0.04783	0.05	-0.02038
0.54	18.33	0.12	0.52	13	1	0.18802	0.19	0.10223
0.18	14.74	0.11	0.47	14	0	-0.05581	0.06	-0.01627
0.12	13.58	0.17	0.14	1	0	-0.06294	0.06	0.01668
0.23	14.31	0.15	0.28	13	1	-0.06867	0.07	0.00679
0.4	16.14	0.27	0.53	17	1	0.06713	0.07	-0.01776
0.26	14.37	0.19	0.35	19	1	-0.0768	0.08	0.00455
0.27	16.69	0.29	0.41	19	1	-0.11261	0.11	0.02336
0.23	16.62	0.18	0.46	16	1	-0.11328	0.11	0.03119
0.37	15.62	0.21	0.63	19	1	0.06184	0.06	-0.02229
0.37	14.49	0.18	0.22	14	1	0.04833	0.05	-0.01621
0.35	15.8	0.12	0.54	12	1	0.06898	0.07	-0.00252
0.37	16.4	0.21	0.19	20	1	-0.04799	0.05	-0.03494
0.46	16.38	0.26	0.2	18	1	0.05644	0.06	-0.02569

0.27	13.62	0.28	0.58	8	1	0.07341	0.07	0.0128
0.38	13.56	0.29	0.51	20	1	0.09024	0.09	0.01483
0.31	18.3	0.11	0.45	19	1	-0.09814	0.1	0.00583
0.36	15.35	0.17	0.27	11	1	0.04612	0.05	-0.01915
0.13	16.02	0.1	0.69	19	1	-0.17647	0.18	0.09335
0.26	14.53	0.31	0.54	14	1	-0.0124	0.01	-0.06167
0.24	13.97	0.19	0.66	16	1	0.00061	0	-0.0703
0.28	13.76	0.14	0.42	13	1	0.02349	0.02	-0.03715
0.14	14.39	0.18	0.44	14	1	-0.13919	0.14	0.07245
0.38	17.01	0.16	0.43	20	1	-0.00297	0	-0.08492
0.37	15.68	0.14	0.26	18	1	-0.00063	0	-0.07457
0.33	14.26	0.2	0.36	8	1	0.08443	0.08	0.02633
0.46	15.83	0.41	0.5	27	0	0.10042	0.1	-0.00569
0.1	17.13	0.25	0.68	4	1	-0.1289	0.13	0.05413
0.4	18.4	0.12	0.49	14	1	0.03246	0.03	-0.05458
0.21	14.91	0.11	0.46	15	0	-0.04265	0.04	-0.03172
0.13	13.79	0.16	0.11	2	0	-0.06908	0.07	0.02118
0.24	14.54	0.17	0.4	14	1	-0.04681	0.05	-0.02012
0.44	16.34	0.1	0.53	18	1	0.10125	0.1	0.02001
0.22	14.51	0.23	0.35	20	1	-0.12682	0.13	0.05086
0.23	16.84	0.31	0.5	20	1	-0.14515	0.15	0.05152
0.29	16.59	0.19	0.51	17	1	-0.04685	0.05	-0.03714
0.23	15.85	0.2	0.63	20	1	-0.09264	0.09	0.00644
0.37	14.68	0.14	0.22	15	1	0.03831	0.04	-0.02688
0.41	16.16	0.28	0.35	13	1	0.07257	0.07	-0.0049
0.44	16.55	0.21	0.15	21	1	-0.0038	0	-0.08062
0.53	16.56	0.23	0.22	19	1	0.11307	0.11	0.02924
0.24	13.68	0.3	0.52	9	1	0.02825	0.03	-0.034
0.45	13.8	0.12	0.52	21	1	0.1519	0.15	0.07987
0.35	18.54	0.13	0.48	20	1	-0.06751	0.07	-0.02835
0.36	15.54	0.2	0.27	12	1	0.03157	0.03	-0.03727
0.31	16.15	0.28	0.66	20	1	-0.02025	0.02	-0.07098
0.41	14.54	0.13	0.49	15	1	0.13173	0.13	0.06359
0.33	14.31	0.23	0.42	17	1	0.0279	0.03	-0.04383
0.32	13.88	0.14	0.47	14	1	0.06034	0.06	-0.00293
0.18	14.56	0.13	0.42	15	1	-0.11252	0.11	0.04544
0.36	17.21	0.13	0.46	21	1	-0.03423	0.03	-0.05549
0.45	15.77	0.18	0.18	19	1	0.04981	0.05	-0.02733
0.38	14.32	0.29	0.33	9	1	0.11659	0.12	0.05422

0.49	15.98	0.39	0.53	28	0	0.12172	0.12	0.01367
0.36	17.12	0.11	0.57	5	1	0.10586	0.11	0.03655
0.47	18.42	0.12	0.43	15	1	0.09147	0.09	0.00386
0.27	15	0.28	0.45	16	0	0.0019	0	-0.08011
0.12	13.99	0.15	0.12	3	0	-0.09035	0.09	0.04014
0.24	14.31	0.09	0.52	15	1	-0.02253	0.02	-0.04345
0.54	16.5	0.12	0.5	19	1	0.18586	0.19	0.10215
0.19	14.59	0.22	0.36	21	1	-0.16007	0.16	0.08285
0.18	16.78	0.42	0.47	21	1	-0.21212	0.21	0.11426
0.31	16.75	0.02	0.49	18	1	-0.04187	0.04	-0.03811
0.27	15.93	0.28	0.57	21	1	-0.07766	0.08	-0.01225
0.32	14.81	0.13	0.2	16	1	-0.02654	0.03	-0.03982
0.41	16.21	0.31	0.31	14	1	0.05655	0.06	-0.02305
0.38	16.71	0.2	0.13	22	1	-0.06836	0.07	-0.01765
0.56	16.79	0.2	0.26	20	1	0.14705	0.15	0.06128
0.44	13.63	0.12	0.42	10	1	0.20227	0.2	0.14717
0.47	13.93	0.12	0.51	22	1	0.16327	0.16	0.08937
0.41	18.85	0.14	0.51	21	1	-0.01352	0.01	-0.08603
0.44	15.76	0.16	0.32	13	1	0.10869	0.11	0.03817
0.28	16.26	0.29	0.62	21	1	-0.06414	0.06	-0.02843
0.27	15.04	0.14	0.52	16	1	-0.02322	0.02	-0.04972
0.26	15.13	0.18	0.86	18	1	0.0096	0.01	-0.07274
0.31	13.94	0.19	0.41	15	1	0.02551	0.03	-0.0404
0.1	14.75	0.13	0.42	16	1	-0.20101	0.2	0.13165
0.46	17.65	0.13	0.41	22	1	0.0413	0.04	-0.05127
0.46	15.93	0.19	0.21	20	1	0.05771	0.06	-0.02221
0.36	14.4	0.31	0.3	10	1	0.07603	0.08	0.0116
0.6	16.17	0.4	0.65	29	0	0.24686	0.25	0.13453
0.28	17.25	0.3	0.56	6	1	0.00835	0.01	-0.06981
0.56	18.45	0.15	0.41	16	1	0.16674	0.17	0.07682
0.19	15.29	0.28	0.44	17	0	-0.09036	0.09	0.00543
0.18	14.19	0.19	0.15	4	0	-0.03468	0.03	-0.01985

**Lampiran 10**  
**Hasil Output SPSS**

1. Deskripsi Hasil Penelitian

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSRDI	108	.09	.60	.3159	.11456
SIZE	108	13.51	18.85	15.5627	1.36499
ROA	108	.02	.42	.1949	.08033
LEV	108	.11	.86	.4386	.16423
AGE	108	1.00	29.00	15.6481	5.40390
PROFILE	108	.00	1.00	.8889	.31573
Valid N (listwise)	108				

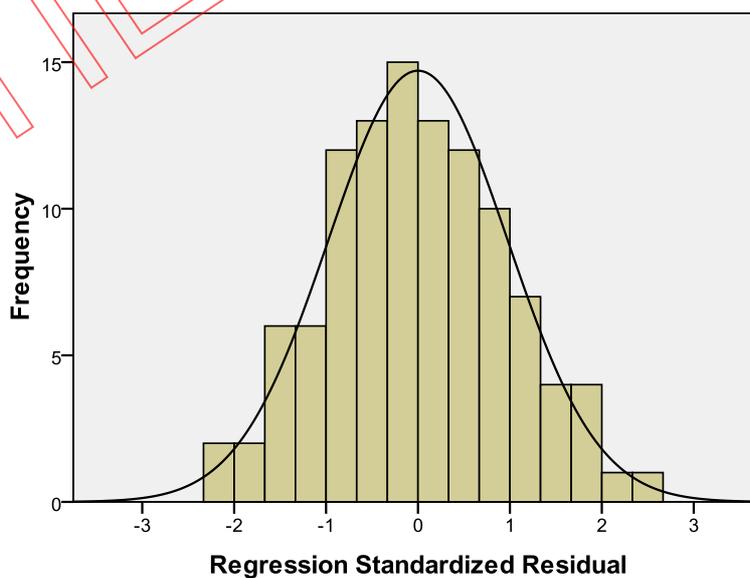
2. Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas

1) Grafik Histogram

**Histogram**

**Dependent Variable: CSRDI**

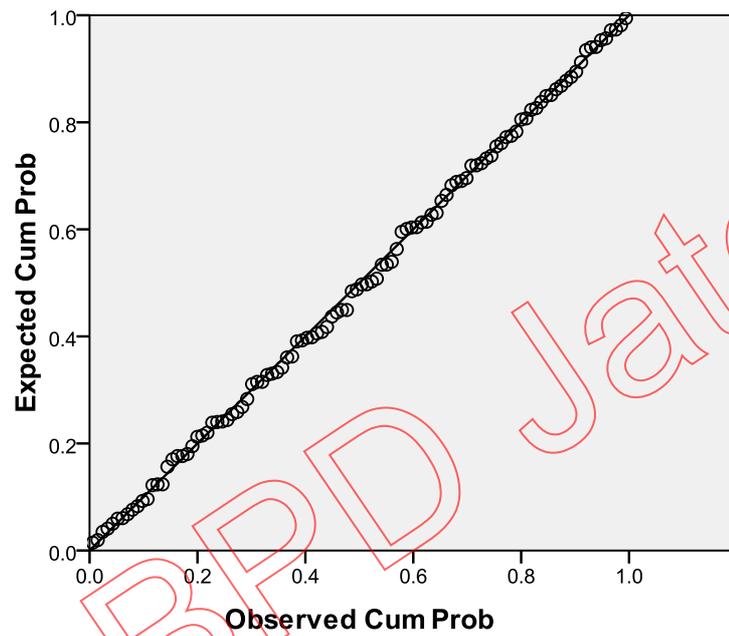


Mean =5.13E-16  
Std. Dev. =0.976  
N=108

2) Normal P-Plot

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

**Dependent Variable: CSRDI**



3) Kolmogorov-Smirnov

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		CSRDI
N		108
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.3159
	Std. Deviation	.11456
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.084
	Negative	-.044
Kolmogorov-Smirnov Z		.873
Asymp. Sig. (2-tailed)		.431

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

b. Multikolonieritas

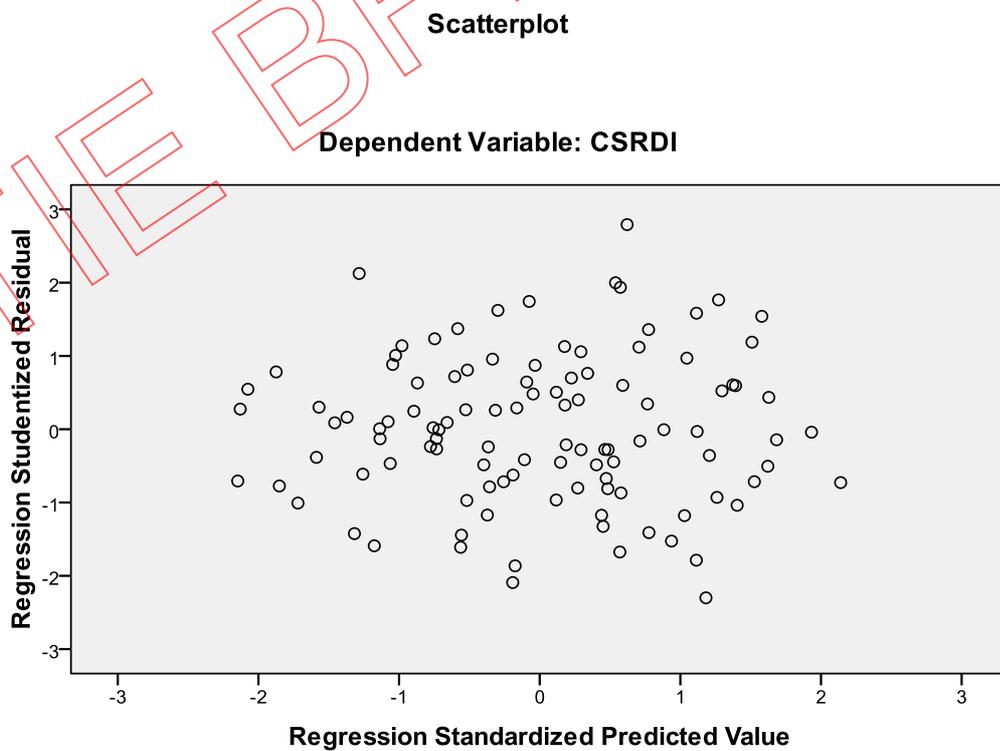
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.138	.116		-1.196	.235		
	SIZE	.024	.007	.289	3.242	.002	.846	1.183
	ROA	.043	.127	.030	.335	.738	.845	1.184
	LEV	-.191	.059	-.274	-3.255	.002	.951	1.051
	AGE	.007	.002	.339	3.737	.000	.817	1.224
	PROFILE	.044	.031	.122	1.409	.162	.900	1.111

a. Dependent Variable: CSRDI

c. Heterokedastisitas

1) Scatterplot



2) Uji Glejser

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.036	.066		-.548	.585		
	SIZE	.005	.004	.132	1.260	.211	.846	1.183
	ROA	.036	.073	.052	.491	.624	.845	1.184
	LEV	.015	.033	.044	.443	.659	.951	1.051
	AGE	.001	.001	.126	1.182	.240	.817	1.224
	PROFILE	-.005	.018	-.031	-.304	.762	.900	1.111

a. Dependent Variable: abs\_ut

d. Autokorelasi (Uji Durbin-Watson)

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.559 <sup>a</sup>	.313	.279	.09726	1.835

a. Predictors: (Constant), PROFILE, AGE, LEV, SIZE, ROA

b. Dependent Variable: CSRDI

**Lampiran 11**  
**Tabel Durbin Watson (DW)**

STIE BPD Jateng

**Lampiran 12**  
**Tabel T**

STIE BPD Jateng

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### DATA PRIBADI

Nama : Fawzia Argatsania Siffa Sakinah  
Tempat, Tanggal Lahir : Pemalang, 22 Juni 1991  
Alamat : Perumahan Villa De Blandong Purwoharjo RT 04  
RW 08 No. 234 Comal Pemalang 52363  
Agama : Islam  
Telp. : 085727048800

### PENDIDIKAN FORMAL

1. 1994 – 1996 TK Bustanul Athfal 02 Purwoharjo
2. 1996 – 2002 SD Negeri 01 Purwoharjo
3. 2002 – 2005 SMP Negeri 01 Comal
4. 2005 – 2008 SMA Negeri 02 Pemalang
5. 2008 – sekarang STIE Bank BPD Jateng Semarang

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Semarang, Oktober 2012

Hormat Saya,

Fawzia Argatsania Siffa S.

STIE BPD Jateng

STIE BPD Jateng

STIE BPD Jateng