

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DALAM LAPORAN KEUANGAN TAHUNAN**



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Novita Isnaini

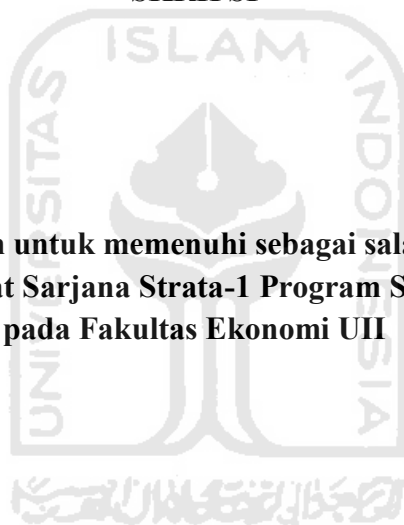
No. Mahasiswa: 07312230

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2011**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DALAM LAPORAN KEUANGAN TAHUNAN**

SKRIPSI

**Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk
mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi
pada Fakultas Ekonomi UII**



oleh:

**Nama : Novita Isnaini
No. Mahasiswa: 07312230**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2011**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 13 Desember 2011

Penyusun,



(Novita Isnaini)

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DALAM LAPORAN KEUANGAN TAHUNAN**



Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 15 Desember 2011

Dosen Pembimbing,

(Dra. Marfuah, M.si., Ak.)

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DALAM LAPORAN KEUANGAN TAHUNAN**



Disusun oleh : Novita Isnaini

No. Mahasiswa : 07312230

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada Tanggal : 24 Januari 2012

Pembimbing Skripsi/Penguji : Dra. Marfuah, M.Si., Ak.

Penguji : Suwaldiman, S.E., M.Accy., Akt.

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

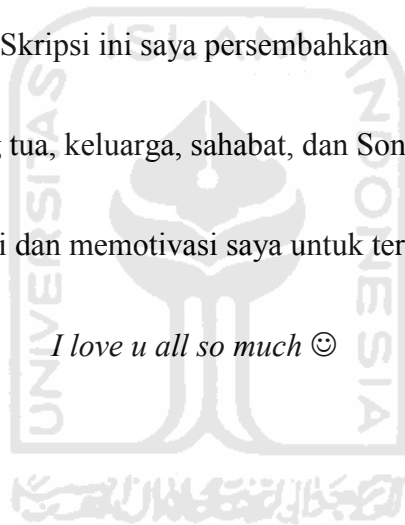
Universitas Islam Indonesia



(Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA)

Skripsi ini saya persembahkan
untuk kedua orang tua, keluarga, sahabat, dan Sonny Indra Pradana
yang selalu menyayangi dan memotivasi saya untuk terus maju dan berusaha.

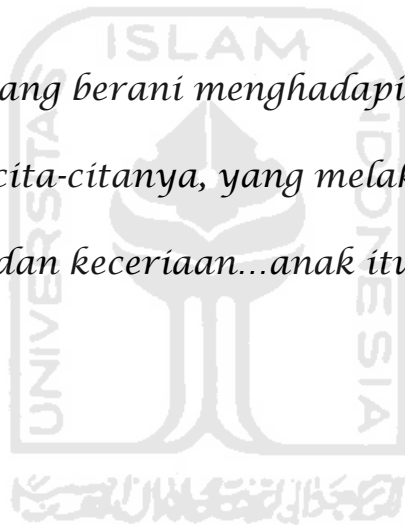
I love u all so much ☺



“Sabar, Semangat, Senyum, Syukur dan Iklas (4S+I)”

“Selalu yakin dan percaya Allah SWT akan selalu memberikan yang terbaik untuk hidup ini.”

“Anak istimewa yang berani menghadapi tantangan, yang bahagia dengan cita-citanya, yang melakukan segala hal dengan senyum dan keceriaan...anak itu adalah SAYA”



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahhirabbilalamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan berkah, rahmat, serta hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Skripsi ini merupakan salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan program sarjana S-1 di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Dalam penulisan ini penulis tidak terlepas dari berbagai pihak yang dengan ketulusan, kasih sayang, dan pengorbanannya memberikan bantuan dan semangat terhadap penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

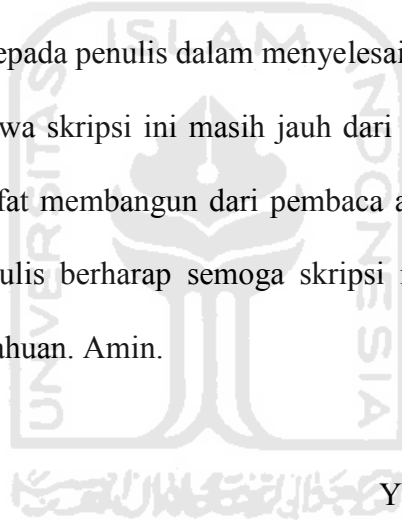
1. Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Dra. Marfuah, M.Si., Ak. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis. Terima kasih atas segala ilmu, motivasi, dan pengalaman yang ibu berikan.
3. Noor Endah Cahyati, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Para Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
5. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

6. Kedua orang tua penulis yang selalu menyayangi, menjaga, memotivasi, dan mendoakan penulis agar selalu sukses dan bahagia. Semoga kasih sayang Allah SWT selalu berlimpah kepada kalian.
7. Mbak Nurma, Mas Budi, Alif, Latifa, Mbak Fitri, Mbak Dhea, Mas Bagus, Mas Dian, Rinto, dan seluruh keluarga besar yang selalu mendoakan dan mendukung penulis untuk terus maju.
8. Sonny Indra Pradana yang selalu tulus, baik, dan mampu memberikan kebahagiaan serta kekuatan kepada penulis.
9. Sahabat-sahabat tersayang: Yoe, Qha-chan, Duey, Bunji, Niqha, Pipit, Septy, Diana, Citra, Dewi, Ninin, Atya, Idha, dan Mutia yang selalu dapat menghibur dan memotivasi penulis untuk tidak menyerah dan terus berusaha menggapai cita-cita. Semoga kesuksesan selalu menyertai langkah kita.
10. Isna dan Icha, orang yang sangat berperan dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah banyak memberi masukan dan petunjuk kepada penulis.
11. Teman-teman akuntansi UII 2007: Anggi, Nurul, Iftitah, Metha, Utin, Ita, Adit, Niwang, Sinta, Arif, Rida, Sari, Qisty, Lintang, Dina, Riris, dan lain-lain sukses selalu untuk kita semua.
12. Adik-adik akuntansi UII: Metha, Didi, Anna, Wenny, Martha, Hemas, Widya, Nabila, Novi yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan.
13. Teman-teman KKN UII unit 43, teman-teman Bahasa Korea UGM, teman-teman UGM dan UII lainnya, teman-teman SMAN 1 Yogyakarta, teman-teman SMP

Muhammadiyah 2 Yogyakarta, teman-teman SD Muhammadiyah Condong Catur, dan warga Perum. Sukoharjo Indah, terima kasih untuk kebaikan, doa dan bantuannya selama ini.

14. Para guru, dosen, dan mentor yang telah memberi bekal pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi masa depan penulis. Semoga jasa kalian mendapat balasan berupa kasih sayang yang berlimpah dari Allah SWT.
15. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca akan penulisterima dengan senang hati. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Amin.



Yogyakarta, Desember 2011

Novita Isnaini

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Pembahasan	7
BAB II KAJIAN TEORETIK	9
2.1 Teori Agensi	9
2.2 Teori <i>StakeHolder</i>	10
2.3 Teori Legitimasi	12
2.4 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	14
2.5 Penelitian Terdahulu dan Perumusan Hipotesis	18

2.5.1	Kepemilikan Manajemen	19
2.5.2	Kepemilikan Institusi	22
2.5.3	<i>Leverage</i>	23
2.5.4	<i>Size</i>	26
2.5.5	Efisiensi Operasi	29
2.5.6	Umur Perusahaan	30
2.5.7	<i>Profile</i>	32
2.5.8	Dewan Komisaris	33
2.5.9	Profitabilitas	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		38
3.1	Populasi dan Sampel	38
3.2	Data dan teknik Pengumpulan Data	38
3.3	Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	39
3.3.1.	Variabel Dependen.....	39
3.3.2.	Variabel Independen	40
3.3.2.1.	Kepemilikan Manajemen.....	40
3.3.2.2.	Kepemilikan Institusi	41
3.3.2.3.	<i>Leverage</i>	42
3.3.2.4.	<i>Size</i>	42
3.3.2.5.	Efisiensi Operasi	43
3.3.2.6.	Umur Perusahaan.....	43
3.3.2.7.	<i>Profile</i>	44
3.3.2.8.	Dewan Komisaris.....	44
3.3.2.9.	Profitabilitas.....	45
3.3.3.	Hipotesis Operasional	45
3.3.4.	Model Penelitian	47
3.4	Metode Analisis Data	48
3.4.1.	Statistik Deskriptif	48

3.4.2.	Uji Asumsi Klasik.....	48
3.4.2.1.	Uji Normalitas.....	49
3.4.2.2.	Uji Multikolinieritas	49
3.4.2.3.	Uji Heteroskedastisitas	49
3.4.2.4.	Uji Autokorelasi.....	50
3.4.3.	Uji Hipotesis	50
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Data Penelitian	52
4.2	Analisis Deskriptif.....	54
4.3	Uji Asumsi Klasik	57
4.3.1	Uji Normalitas.....	57
4.3.2	Uji Multikolinieritas.....	58
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.3.4	Uji Autokorelasi.....	60
4.4	Uji Hipotesis.....	61
4.4.1.	Koefisien Determinasi.....	72
4.4.2.	Uji Keباikan Model Regresi.....	73
BAB V PENUTUP.....		74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Keterbatasan Penelitian	75
5.3	Saran	76
REFERENSI		77
LAMPIRAN.....		79

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
4.1 Deskripsi Sampel Penelitian	53
4.2 Statistik Deskriptif	54
4.3 Uji Multikolinearitas	58
4.4 Uji Autokorelasi	60
4.5 Uji Hipotesis	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1. Item-Item Pengungkapan CSR.....	80
2. Checklist Pengungkapan CSR	84
3. Daftar Nama Perusahaan yang Dijadikan Sampel	86
4. Rekapitulasi Data Penelitian	87
5. Analisis Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, dan Hasil Analisis Regresi	89



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
3.1 Model Penelitian	47
4.1 Grafik Hasil Uji Normalitas	57
4.2 Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas	59



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Variabel yang diteliti adalah variabel dependen yaitu CSR dan variabel independen, yaitu: kepemilikan manajemen, kepemilikan institusi, *leverage*, *size*, efisiensi operasi, umur perusahaan, *profile*, dewan komisaris, dan profitabilitas. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan yang masuk dalam daftar Indeks Kompas 100 tahun 2009 dan 2010 secara berturut-turut. Terdapat 58 buah sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Metode statistik yang digunakan adalah dengan menggunakan model regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel efisiensi operasi dan *profile* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan untuk variabel kepemilikan manajemen, kepemilikan institusi, *leverage*, *size*, umur perusahaan, dewan komisaris, dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR)*, kepemilikan manajemen, kepemilikan institusi, *leverage*, *size*, efisiensi operasi, umur perusahaan, *profile*, dewan komisaris, dan profitabilitas.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi para investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan. Adanya informasi yang lengkap, akurat dan tepat waktu memungkinkan investor untuk melakukan pengambilan keputusan secara tepat sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau biasa dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)*. CSR itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah.

Di dalam akuntansi konvensional, perusahaan lebih memusatkan perhatiannya pada kepentingan manajemen dan pemegang saham sedangkan kepentingan pihak lain diabaikan. Akan tetapi, perusahaan mulai dituntut lebih dalam lagi dalam memberikan informasi akuntansinya saat ini. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal saja, akan tetapi juga

karyawan, konsumen serta masyarakat. Perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial terhadap pihak-pihak di luar manajemen dan pemilik modal. Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus semakin menuntut perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosial sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan lingkungan dapat terpenuhi. Keadaan ini ditindaklanjuti dengan diterapkannya Undang-Undang No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT), dimana CSR sebelumnya merupakan suatu hal yang bersifat suka rela berubah menjadi suatu hal yang wajib dilaksanakan.

Diterapkannya UUPT tersebut menimbulkan banyak respon dari banyak pengusaha. Beberapa pengusaha berargumen bahwa CSR tidak boleh dipaksakan karena bersifat sukarela dan menjadi bagian dari strategi perusahaan. Mewajibkan perseroan menyisihkan dana CSR melanggar hak asasi manusia (HAM) dan merugikan kepentingan pemegang saham karena akan meningkatkan biaya (*costs*) dan menurunkan laba perseroan. Penurunan laba berdampak pada penurunan jumlah dividen yang diterima pemegang saham dan nilai ekuitas perusahaan. Selain itu, perusahaan akan mempertimbangkan biaya dan manfaat yang akan diperoleh ketika mereka memutuskan untuk mengungkapkan informasi sosial. Bila manfaat yang akan diperoleh dengan pengungkapan informasi tersebut lebih besar dibandingkan biaya

yang dikeluarkan untuk mengungkapkannya maka perusahaan akan mengungkapkan informasi tersebut.

Ada berbagai faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporat Social Responsibility* dalam laporan keuangan tahunan yang dilakukan oleh perusahaan. Rawi (2008) melakukan analisis terhadap faktor kepemilikan manajemen, kepemilikan institusi, dan *leverage* dengan menggunakan variabel kontrol total asset, nilai pasar terhadap nilai buku, perubahan return, dan umur perusahaan. Hasilnya menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, tetapi kepemilikan institusi dan *leverage* tidak berpengaruh. Sembiring (2005) meneliti faktor *size*, profitabilitas, *profile*, dewan komisaris, dan *leverage*. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor *size*, *profile* dan dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan faktor profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh. Anggraini (2006) juga melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan, faktor-faktor tersebut adalah: kepemilikan manajemen, *size*, *leverage*, tipe industri, dan profitabilitas. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan faktor *size*, *leverage*, dan profitabilitas tidak berpengaruh. Selain itu, Nissa (2010) juga meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam perusahaan *food and beverage*, antara lain : efisiensi operasi, dewan komisaris, *leverage*, ukuran perusahaan, dan tingkat laba. Hasilnya menunjukkan bahwa efisiensi operasi, dewan komisaris, dan

ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan *food and beverage*, sedangkan faktor *leverage* dan tingkat laba tidak berpengaruh.

Atas dasar penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini berusaha meneliti kembali faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam laporan tahunan yang dibuat oleh perusahaan. Faktor-faktor yang akan diteliti antara lain: kepemilikan manajemen, kepemilikan institusi, *leverage*, *size*, efisiensi operasi, umur perusahaan, *profile*, dewan komisaris, dan profitabilitas. Penelitian ini akan meneliti perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia dan daftar Indeks Kompas 100 periode 2009-2010.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dari penelitian ini antara lain:

1. Apakah kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*□
2. Apakah kepemilikan institusi berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*□
3. Apakah *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*□
4. Apakah *size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*□

5. Apakah efisiensi operasi berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
6. Apakah umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
7. Apakah *profile* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
8. Apakah dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
9. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan institusi terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

4. Untuk mengetahui pengaruh *size* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
5. Untuk mengetahui pengaruh efisiensi operasi terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
6. Untuk mengetahui pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
7. Untuk mengetahui pengaruh *profile* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
8. Untuk mengetahui pengaruh dewan komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
9. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

1. □ Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi investor

Penelitian ini akan memberikan informasi kepada para investor untuk pengambilan keputusan investasi yang akan diambil.

2. Bagi manajemen perusahaan

Penelitian ini akan memberikan informasi tentang kondisi perusahaan selain dari laporan keuangan.

3. Bagi Pihak Akademisi

Menambah pustaka penelitian-penelitian yang sudah ada dan menjadi referensi penelitian selanjutnya.

1. □ **Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan juga sistematika pembahasan.

BAB II : Kajian Teoretik

Dalam bab ini akan diuraikan tentang logika teoretik yang memaparkan hubungan antara variabel dependen dan independen, telaah pustaka yang memaparkan tinjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu, dan hipotesis penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini akan berisi penjelasan mengenai populasi dan pemilihan sampel, data dan sumber data, identifikasi variabel dan pengukuran, kerangka variabel dependen dan independen, metode analisis data, serta data penelitian.

BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan

Dalam bab ini dijelaskan tentang analisis data, temuan empiris yang diperoleh, hasil pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan. Ditulis pula tentang keterbatasan yang ada dan saran untuk penelitian selanjutnya.



BAB II

KAJIAN TEORETIK

2.1 Teori Agensi

Teori agensi merupakan basis teori yang mendasari praktik bisnis perusahaan yang dipakai selama ini. Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer, dalam bentuk kontrak kerja sama. Perbedaan kepentingan ini bisa saja disebabkan ataupun menyebabkan timbulnya kesenjangan informasi antara pemegang saham (*stakeholders*) dan organisasi.

Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Pemegang saham sebagai prinsipal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedang para agen disumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut.

Karena perbedaan kepentingan ini masing-masing pihak berusaha memperbesar keuntungan bagi diri sendiri. Prinsipal menginginkan pengembalian yang sebesar-besarnya dan secepatnya atas investasi yang salah satunya dicerminkan dengan kenaikan porsi deviden dari tiap saham yang dimiliki. Agen menginginkan

kepentingannya diakomodir dengan pemberian kompensasi yang memadai dan sebesar-besarnya sesuai dengan kinerjanya. Prinsipal menilai prestasi agen berdasarkan kemampuannya memperbesar laba untuk dialokasikan pada pembagian deviden. Makin tinggi laba, harga saham dan makin besar deviden, maka agen dianggap berhasil sehingga layak mendapat insentif yang tinggi.

Teori agensi menjelaskan hubungan antara prinsipal (pemilik) dengan agen (manajemen). Praktik CSR dan pengungkapannya juga dikaitkan dengan teori ini. Pengungkapan CSR merupakan salah satu komitmen manajemen untuk meningkatkan kinerjanya terutama dalam kinerja sosial. Dengan demikian, manajemen akan mendapatkan penilaian positif dari pemilik modal. Gray et.al. (1987) seperti dikutip Sembiring (2005) menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan perluasan tanggung jawab organisasi di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya *stakeholders*.

2.2 Teori Stakeholder

Stakeholder merupakan pihak-pihak yang berkepentingan pada perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan. Organisasi memiliki banyak *stakeholder* seperti karyawan, masyarakat, negara, supplier, pasar modal, pesaing, badan industri, pemerintah asing dan lain-lain. Gray et al (1994, p.53) dalam Gojali dan Anis Chariri (2007:409) menyatakan bahwa

kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus di cari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerful stakeholder*, makin besar perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya.

Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu *power stakeholder* ditentukan oleh besar kecilnya *power* yang mereka miliki atas sumber tersebut. *Power* tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (Deegan (2000) dalam Rawi (2008)).

Stakeholder adalah sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengaku sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis. Hal ini berlaku untuk kedua varian teori *stakeholder*, varian pertama berhubungan langsung dengan model akuntabilitas. *Stakeholder* dan organisasi saling mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk responsibilitas dan akuntabilitas. Oleh karena itu organisasi memiliki akuntabilitas terhadap *stakeholder*-nya. Sifat dari akuntabilitas itu ditentukan dengan hubungan antara *stakeholder* dan organisasi.

Varian kedua dari teori *stakeholder* berhubungan dengan pandangan Trekers (1983) dalam Rawi (2008) mengenai *empirical accountability*. Teori *stakeholder* digunakan dengan ketat dalam suatu organisasi arah terpusat (*centered organization*). Gray et al (1997) dalam Rawi (2008) berpendapat bahwa *stakeholder theory* pada dasarnya merupakan pendekatan berbasis tekanan pasar (*market forces approach*), dimana penyediaan atau penarikan atas sumber ekonomi akan menentukan tipe pengungkapan sosial dan lingkungan pada titik waktu tertentu. Mereka yakin bahwa *stakeholder theory* mengabaikan pengaruh masyarakat luas terhadap penyediaan informasi dalam pelaporan keuangan, termasuk keberadaan hukum dan regulasi yang menghendaki adanya pengungkapan informasi tertentu.

2.3 Teori Legitimasi

Teori legitimasi mengatakan bahwa organisasi secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat dimana mereka berada. Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995) dalam Rawi (2008).

Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, 1994, dalam Haniffa et al, 2005 dalam Rawi, 2008). Jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan dalam kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Lindblom, 1994, dalam Haniffa et al, 2005 dalam Rawi 2008).

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup. Tanggung jawab sosial perusahaan baik teori legitimasi maupun teori stakeholder telah menjelaskan mengenai apa yang menyebabkan perusahaan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial terhadap masyarakat dimana perusahaan itu menjalankan kegiatannya.

Pada dasarnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat. Dilihat dari satu sisi, tujuan ini memiliki maksud yang baik. Namun penjelasan teori atas pengungkapan sosial ini

menunjukkan bahwa terdapat banyak motivasi yang bertitik tolak dari kepentingan manajer ataupun perusahaan. Bahwa tujuan akhir dari adanya pengungkapan sosial perusahaan adalah tidak lain untuk menunjang tujuan utama perusahaan dalam usaha mendapatkan profit maksimum. Lebih jauh lagi legitimasi ini akan meningkatkan reputasi perusahaan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan tersebut.

□□□ Corporate Social Responsibility □CSR□

Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004, dalam Rawi 2008).

Suhandari (2007) dalam Nurlaela dan Islahudin (2008) mendefinisikan *corporate social responsibility* sebagai komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Sebagian besar perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia telah menyajikan laporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di laporan tahunan perusahaan. Penyajian pertanggungjawaban sosial dalam laporan tahunan merupakan pengungkapan sukarela yang dilakukan perusahaan.

Hendriksen (1991) dalam Nurlela dan Islahudin (2008) mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku.

Hackston dan Milne (1996) dalam Rawi (2008) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Menurut Crefige (1997) dalam Rawi (2008), lingkungan sosial perusahaan dapat diartikan: dalam pengertian luas, lingkungan sosial perusahaan meliputi seluruh kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat, karyawan, lingkungan hidup, pemerintah dan konsumen. Dalam pengertian sempit, lingkungan sosial lebih condong ke pengertian karyawan perusahaan, sehingga tanggung jawab sosial perusahaan lebih terfokus pada kesejahteraan karyawannya.

Sejumlah riset empiris melaporkan bahwa paling sedikit ada lima keuntungan yang bisa diraih bila perusahaan mempraktekkan CSR secara berkelanjutan. Pertama, profitabilitas dan kinerja keuangan akan semakin kokoh. Kedua, meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditur, pemasok dan konsumen. Ketiga, meningkatnya komitmen, etos kerja, efisiensi dan produktivitas

karyawan. Keempat, menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi komunitas sekitarnya karena mereka diperhatikan dan dihargai perusahaan. Kelima, meningkatnya reputasi, *corporate branding*, *goodwill* (*intangible asset*) dan nilai perusahaan dalam jangka panjang (Lako, 2008).

Untung (2008) dalam Nurlaela dan Islahudin (2008) menyebutkan bahwa, dalam pengungkapannya *Corporate Social Responsibility* juga memiliki beberapa manfaat bagi perusahaan, yaitu :

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial
3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan
4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha
5. Membuka peluang pasar yang lebih luas
6. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
10. Peluang mendapatkan penghargaan

Pelaksanaan tanggung jawab sosial juga telah diatur dalam Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang tertuang dalam ayat 2 yang berbunyi tanggung jawab sosial dan lingkungan itu merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang

pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran (Untung, 2008 dalam Nurlaela dan Islahuddin, 2008).

Menurut Nurlaela dan Islahudin (2008) pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudited* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu). Glouter dalam Utomo (2000) dalam Rahmawati (2010) menyebutkan tema-tema yang termasuk dalam wacana Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial adalah:

1. Kemasyarakatan

Tema ini mencakup aktivitas kemasyarakatan yang diikuti oleh perusahaan, misalnya aktivitas yang terkait dengan kesehatan, pendidikan dan seni serta pengungkapan aktivitas kemasyarakatan lainnya.

2. Ketenagakerjaan

Tema ini meliputi dampak aktivitas perusahaan pada orang-orang dalam perusahaan tersebut. Aktivitas tersebut meliputi : rekrutmen, program pelatihan, gaji dan tuntutan, mutasi dan promosi dan lainnya.

3. Produk dan Konsumen

Tema ini melibatkan aspek kualitatif suatu produk atau jasa, antara lain kegunaan *durability*, pelayanan, kepuasan pelanggan, kejujuran dalam iklan, kejelasan/kelengkapan isi pada kemasan, dan lainnya.

4. Lingkungan Hidup

Tema ini meliputi aspek lingkungan dari proses produksi, yang meliputi pengendalian polusi dalam menjalankan operasi bisnis, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat pemrosesan sumber daya alam dan konversi sumber daya alam.

Secara prinsip, informasi tentang aktivitas dan kinerja sosial dan lingkungan perusahaan (CSR) memang harus disajikan dalam laporan keuangan. Alasannya, laporan keuangan merupakan “media” komunikasi informasi tentang posisi keuangan dan kinerja aktivitas pendapatan, pembiayaan dan laba-rugi perusahaan pada suatu periode kepada para *stakeholder*. Dari media laporan keuangan, para *stakeholder* (investor, kreditur, pemasok, pelanggan, pemerintah dan masyarakat) bisa menilai kekuatan, ketergantungan, risiko, prospek dan keberlanjutan suatu perusahaan sebelum mengambil suatu keputusan. Karena itu, sebagai media komunikasi, laporan keuangan memang harus menyertakan informasi investasi, pembiayaan, aktivitas dan kinerja CSR agar para *stakeholder* bisa mengetahui informasi perusahaan secara utuh sebelum mengambil suatu keputusan ekonomi.

2. □ Penelitian Terdahulu dan Perumusan Hipotesis

Pada subbab berikut ini akan dijelaskan mengenai teori-teori dan hasil penelitian terdahulu berkaitan dengan variabel-variabel independen yang

mempengaruhi CSR. Selain itu, juga akan dipaparkan mengenai perumusan hipotesis dalam penelitian ini.

2.1 Kepemilikan Manajemen

Faisal (2004), Wahidawati (2001), Born (1988) dalam Junaidi (2006) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008) menyatakan bahwa kepemilikan manajemen adalah persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh direksi, manajer dan dewan komisaris. Dengan adanya kepemilikan manajemen dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan dugaan yang menarik bahwa nilai perusahaan meningkat sebagai akibat kepemilikan manajemen yang meningkat.

Saham merupakan bentuk pendanaan jangka panjang yang tidak memiliki batas waktu pengembalian. Saham menunjukkan bukti kepemilikan atas suatu perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT). Pemilik saham suatu perusahaan adalah pemegang saham, dan merupakan pemilik perusahaan. Tanggung jawab pemilik perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas pada modal yang disetorkan atau yang dimiliki (Husnan, 1998 dalam Rawi 2008).

Ada berbagai kebijakan yang dapat diterapkan oleh para pemegang saham dalam mengatur distribusi modalnya atau kebijakan dalam membentuk struktur kepemilikan perusahaan yang mereka miliki. Ada sebagian perusahaan yang mengambil kebijakan kompensasi perusahaan bagi para manajernya dengan cara memberikan hak kepada para manajer untuk memiliki sebagian saham perusahaan (Ratnaningsih dan Hartono, 2001). Secara khusus kepemilikan manajer terhadap

perusahaan atau yang biasa dikenal dengan istilah *Insider Ownership* ini didefinisikan sebagai persentase suara yang berkaitan dengan saham dan option yang dimiliki oleh manajer dan direksi suatu perusahaan (Mathiesen, 2004 dalam Rawi 2008). Kepemilikan manajer (*insider ownership*) tersebut dapat menyebabkan munculnya *benefit* maupun *cost* bagi perusahaan, karena *insider ownership* tersebut kemudian memberikan dampak pada perilaku pihak manajemen (Jensen, 1992 dalam Rawi 2008).

Berdasarkan teori agensi, diketahui bahwa kepentingan manajer selaku pengelola perusahaan akan dapat berbeda dengan kepentingan pemegang saham (Elloumi dan Gueyie, 2001 dalam Rawi 2008). Manajer dapat mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan kesejahteraan pribadinya, berlawanan dengan upaya untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Konflik kepentingan yang sangat potensial ini menyebabkan pentingnya suatu mekanisme yang diterapkan guna melindungi kepentingan pemegang saham (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Rawi 2008).

Tingkat asimetri informasi akan cenderung relatif tinggi pada perusahaan dengan tingkat kesempatan investasi yang besar. Manajer atau pengelola perusahaan memiliki informasi privat tentang nilai proyek di masa akan datang dan tindakan mereka tidaklah dapat diawasi dengan detail oleh pemegang saham. Sehingga biaya agensi antara manajer dengan pemegang saham akan meningkat pada perusahaan dengan kesempatan investasi yang tinggi.

Konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil (Jensen & Meckling, 1976, dalam Anggraini, 2006). Dalam hal ini manajer akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan. Sebaliknya semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan image perusahaan meskipun harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut (Gray, et al. (1988) dalam Anggraini (2006)).

Demset (1983) dan Fama & Jensen (1983) dalam Rawi (2008) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kepemilikan manajemen, semakin tinggi pula untuk melakukan program CSR. Morck, Shleifer, dan Vishny (1988) dalam Rawi (2008) menyatakan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap pengeluaran program CSR dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan, tetapi pada suatu titik yang mana akan mengurangi nilai perusahaan dan batasan yang telah dicapai, ditemukan hubungan negatif. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) dan Rawi (2008), penelitian keduanya juga menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility

2.2 Kepemilikan Institusi

Komposisi kepemilikan saham memiliki dampak yang penting pada sistem kendali perusahaan (Adhi, 2002 dalam Rawi, 2008). Tujuan utama perusahaan dalam manajemen keuangan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran para pemilik atau pemegang saham (Gapensi, 1997, dalam Rawi 2008). Namun sebagaimana dalam teori keagenan (*agency theory*), perusahaan yang memisahkan fungsi pengelolaan dengan fungsi kepemilikan akan rentan terhadap konflik keagenan, pihak manajemen sebagai agen, mempunyai kecenderungan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dan hal ini yang sering menimbulkan konflik dengan pemegang saham sebagai prinsipal. Pada dasarnya konflik tersebut terjadi, karena adanya perbedaan kepentingan antara manajemen dengan pemegang saham.

Grief dan *Psychowic* (1994) dalam Rawi (2008) menyatakan bahwa kepemilikan institusional yang tinggi dari persentase saham yang dimiliki oleh *institutional investor* akan menyebabkan tingkat monitor lebih efektif, dengan demikian semakin tinggi kepemilikan institusi, maka untuk program CSR semakin terbatas. Sembiring (2003) menyatakan bahwa kepemilikan saham oleh publik berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan. Sedangkan Prayogi (2003) menyatakan bahwa semakin besar persentase kepemilikan publik semakin luas dalam pengungkapan sukarela dalam laporan keuangan tahunan. Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian Rawi (2008) menunjukkan hasil bahwa kepemilikan institusi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Ketidakkonsistenan hasil beberapa penelitian mendorong untuk dilakukan penelitian kembali terhadap variabel kepemilikan institusi. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2 : Kepemilikan institusi berpengaruh negati terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility

□□□□ *Leverage*

Menurut Van Horn (1997) dalam Rawi (2008) *Financial Leverage* merupakan penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap, dengan harapan akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetapnya, sehingga keuntungan pemegang saham bertambah. Alasan yang kuat menggunakan beban tetap adalah untuk meningkatkan pendapatan yang tersedia bagi pemegang saham. *Leverage* juga merupakan sarana untuk mendorong peningkatan keuntungan atau pengembalian hasil / nilai tanpa menambah investasi.

Ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya tercermin dalam tingkat *leverage*. *Leverage* ini juga dengan demikian

mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan. Berdasarkan teori agensi, tingkat *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*.

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi berusaha menyampaikan lebih banyak informasi sebagai instrumen untuk mengurangi *monitoring costs* bagi investor. Mereka memberikan informasi yang lebih detail dalam laporan tahunan untuk memenuhi kebutuhan tersebut dibandingkan dengan perusahaan yang *leverage* nya lebih rendah.

Peningkatan investasi relatif lebih mudah pada saat perusahaan mempunyai likuiditas (Jensen, 1986 □weibel, 1996 dalam Rawi, 2008). Sedangkan utang obligasi dapat menurunkan investasi dalam pengeluaran untuk *corporate social responsibility*. Bank dan pemberi utang (kreditur) mempunyai investasi di perusahaan, mereka cenderung menginginkan return hasil dari investasi tersebut. Gilson (1990) dalam Rawi (2008) menyatakan bahwa Bank di USA berperan penting dalam organisasi perusahaan yang mana dapat mengganti manajer dan direktur. Perusahaan memperoleh tambahan modal dari kreditur, dan para kreditur tidak mempunyai hak memilih, maka kreditur mempunyai kekuasaan untuk mempengaruhi manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan dan menginformasikan kepada investor.

Perusahaan yang memiliki proporsi utang lebih tinggi dalam struktur modal akan mempunyai biaya keagenan yang lebih tinggi. Semakin tinggi *leverage* perusahaan, semakin tinggi kemungkinan transfer kemakmuran dari kreditur kepada pemegang saham dan manajer (Meek et al, 1995 dalam Rawi, 2008). Oleh karena itu, perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditur jangka panjang (Wallace et al, 1994 dalam Rawi, 2008). Dengan semakin tinggi *leverage*, yang mana akan menambah beban tetap perusahaan, maka untuk program *corporate social responsibility* menjadi terbatas atau semakin tinggi *leverage*, maka semakin rendah program *corporate social responsibility*.

Sembiring (2003) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan Prayogi (2003) menyatakan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial. Jensen (1986) dan Weibel (1996) dalam Rawi (2008), menyatakan bahwa saat perusahaan mempunyai utang bunga yang tinggi, kemampuan manajemen untuk berinvestasi lebih pada program CSR adalah terbatas. Selanjutnya Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Rawi (2008) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat rasio *leverage*, semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi. Supaya laba yang dilaporkan tinggi, maka manajer harus mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial. Biaya CSR yang terbatas, maka

pengungkapan informasi sosial menjadi rendah atau terbatas. Dengan demikian *leverage* diprediksikan berhubungan negatif terhadap CSR. Sama halnya dengan penelitian Prayogi (2003), penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006), Rawi (2008), Nissa (2010) menunjukkan hasil bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Beragamnya hasil penelitian terhadap variabel *leverage*, mendorong untuk dilakukan penelitian kembali terhadap variabel tersebut. Hipotesis penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3 : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility

Size

Perusahaan dengan ukuran besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Perhatian investor terhadap perusahaan besar ditunjukkan pada kemungkinan adanya kesempatan untuk mengembangkan dana yang mereka miliki, bila diinvestasikan dalam perusahaan dalam ukuran besar perhatian pemerintah terhadap perusahaan besar tertuju pada adanya harapan pembayaran pajak yang cukup besar sebagai penerimaan negara. Sedangkan perhatian analis ekonomi terhadap perusahaan besar adalah adanya peranan dan kontribusi perusahaan terhadap roda ekonomi negara.

Nur Cahyonowati (2003) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan atau *size* bisa diukur dengan jumlah aset, jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar. Dalam penelitian ini *size* diukur dengan menggunakan proksi total asset. Kieso et al (2001) dalam Nissa (2010) mendefinisikan asset sebagai manfaat ekonomi yang mungkin diperoleh di masa depan, atau dikendalikan oleh entitas tertentu sebagai hasil dari transaksi atau kejadian masa lalu. Aset tetap mempunyai pengaruh positif dengan *leverage* karena aset tetap dapat dipergunakan sebagai jaminan sehingga dapat meminimalkan konflik antara pemegang saham dan kreditur (Megginson, 1997, dalam Nissa, 2010). Dengan demikian, perusahaan yang memiliki lebih banyak asset berwujud (*tangible assets*) lebih mampu untuk mengatasi kesulitan keuangan dari pada perusahaan yang memiliki lebih banyak asset tak berwujud (*intangible assets*).

Size merupakan variabel yang sering digunakan dalam menjelaskan pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunannya. Perusahaan dengan ukuran yang besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak dari pada perusahaan yang lebih kecil. Hal ini terjadi karena semakin besar perusahaan, maka tekanan politis yang didapat perusahaan tersebut akan semakin besar. Pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan merupakan suatu cara dalam meringankan biaya politis (Hasibuan, 2001). Dengan mengungkapkan kepedulian terhadap lingkungan pada laporan keuangan, perusahaan dalam waktu yang panjang dapat terhindar dari biaya yang besar akibat tuntutan masyarakat. Selain itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti,

pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Cowen *et. al.*, (1987) dalam Nissa (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 yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas.

Tidak semua penelitian mendukung kolerasi antara ukuran perusahaan dengan tanggung jawab sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Davey (1982) dan Ng (1985) yang disebutkan dalam Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005) merupakan penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan ukuran perusahaan dengan tanggung jawab sosial. Selain itu, penelitian Anggraini (2006) juga menunjukkan hasil yang tidak signifikan antara *size* dengan pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian yang berhasil menunjukkan kolerasi kedua variabel ini adalah Hasibuan (2001), Yuliani (2003), Sembiring (2005) dan Nissa (2010). Karena ketidakkonsistenan hasil pengujian dua variabel ini, maka penelitian ini menguji kembali hubungan antara *size* dengan pengungkapan CSR.

H₁ : Size berpengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility

2.1.1 Efisiensi Operasi

Efisiensi merupakan cara untuk mengukur hubungan antara masukan yang digunakan (*input*) dengan keluaran yang diperoleh (*output*). Artinya dengan *output* tertentu diusahakan penggunaan *input* minimal atau dengan *input* tertentu diusahakan memperoleh *output* yang maksimal. Efisiensi operasi merupakan kegiatan operasional yang dilakukan secara cermat dengan menggunakan dana yang sebaik mungkin untuk memperoleh *output* yang maksimal.

Biaya operasi merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menjangkau kegiatan operasionalnya. Biaya operasi terdiri dari biaya administrasi dan umum, serta biaya pemasaran. Biaya operasional akan efisien apabila perusahaan menggunakan biaya dengan tepat dan cermat. Dengan mengefisiensikan biaya operasional, perusahaan akan mendapatkan laba yang lebih besar karena biaya yang mengurangi pendapatan lebih kecil. Dengan laba yang lebih besar maka perusahaan mendapatkan sumber daya dan dana yang lebih untuk melaksanakan pertanggungjawaban sosial. Efisiensi dalam penelitian ini menggunakan rasio yang membandingkan biaya operasi dengan penjualan. Semakin tinggi rasio maka makin kecil pengungkapan pertanggungjawaban sosial, sebaliknya makin kecil rasio maka makin besar ruang lingkup pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Menurut Dian Mariewaty dan Astuti Setyani (2005) dalam Nissa (2010), efisiensi akan memberikan keuntungan kepada perusahaan. Dengan keuntungan yang

dimiliki perusahaan maka perusahaan memiliki dana untuk kegiatan sosial. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa dengan efisiensi operasi perusahaan dapat melakukan pertanggungjawaban sosial secara luas. Penelitian Nissa (2010) juga menunjukkan hasil bahwa semakin kecil rasio efisiensi operasi maka pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR justru akan semakin besar. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : Efisiensi Operasi berpengaruh negatif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility

2.2.2 Umur Perusahaan

Marwoto dalam Prayogi (2003) bahwa umur perusahaan memiliki hubungan yang positif dengan kualitas pengungkapan sukarela. Alasan yang mendasari adalah bahwa, perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman yang lebih banyak dalam mempublikasikan laporan keuangan. Oleh karena itu umur perusahaan yang semakin banyak akan semakin luas pula dalam pengungkapan informasi dalam laporan keuangan tahunan.

Umur perusahaan berkaitan erat dengan kinerja dan reputasinya di masyarakat. Secara umum perusahaan yang telah berusia cukup lama mempunyai gambaran yang positif dalam dunia perbankan, karena perusahaan yang telah berdiri cukup lama memiliki reputasi yang baik dalam hal pembayaran utang dan memiliki akumulasi

laba yang besar, jadi dapat dikatakan perusahaan tersebut lebih memilih proyek yang aman dari pada proyek yang berisiko. Sebaliknya perusahaan muda dengan sedikit reputasi mungkin akan memilih proyek yang berisiko untuk memenuhi tuntutan keuntungan dari pemegang saham (Chen et al.,1998, dalam Rawi 2008). Semakin lama umur perusahaan maka semakin kecil biaya keagenan yang mungkin terjadi, dan semakin mudah bagi perusahaan untuk mendapatkan kredit atau pinjaman dari kreditur.

Penelitian mengenai pengaruh umur perusahaan (*firm age*) masih sedikit dilakukan. Dalam saran yang diajukan Camfferman (2002) dalam Rawi (2008) menyatakan bahwa umur perusahaan mungkin relevan dengan luasnya *information voluntary disclosure*. Hasil penelitian mengenai pengaruh umur perusahaan diantaranya Pramudoyo dan Anis (2003) menemukan bahwa umur perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap luasnya *information voluntary disclosure*. Umur perusahaan diproksikan dengan masa listing atau penawaran saham perdana (*first issue*) pada bursa efek (Pramudoyo dan Anis, 2004). Berdasarkan penelitian tersebut, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility

□□□□ Profile

Penelitian yang berkaitan dengan *profile* perusahaan kebanyakan mendukung bahwa industri *high-profile* mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosialnya lebih banyak dari industri *low-profile*. Penelitian yang mendukung hubungan tersebut antara lain Hackston dan Milne (1996), Utomo (2000), Kokubu *et al.*, (2001), Henny dan Murtanto (2001), Hasibuan (2001), Sembiring (2005)

Perusahaan yang termasuk dalam industri yang *high-profile* akan memberikan informasi sosial lebih banyak dibandingkan perusahaan yang *low-profile*. Roberts (1992) dalam Hackston □ Milne (1996) dalam Sembiring (2005) mendefinisikan industri yang *high-profile* adalah industri yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politis yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi. Preston (1977) dalam Hackston □ Milne (1996) dalam Sembiring (2005) mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki aktivitas ekonomi yang memodifikasi lingkungan, seperti industri ekstraktif, lebih mungkin mengungkapkan informasi mengenai dampak lingkungan dibandingkan industri yang lain. Cowen, *et al.* (1987) dalam Hackston □ Milne (1996) dalam Sembiring (2005) mengatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena hal ini akan meningkatkan *image* perusahaan dan mempengaruhi penjualan. Klasifikasi tipe industri oleh banyak peneliti sifatnya sangat subyektif dan berbeda-beda. Roberts (1992) dalam Hackston □ Milne (1996) dalam Sembiring (2005) mengelompokkan perusahaan otomotif, penerbangan dan minyak sebagai

industri yang *high profile*. Sedangkan Diekers & Perston (1977) dalam Hackston & Milne (1996) dalam Sembiring (2005) mengatakan bahwa industri ekstraktif merupakan industri yang *high profile*. Patten (1991) dalam Hackston & Milne (1996) dalam Sembiring (2005) mengelompokkan industri pertambangan, kimia dan kehutanan sebagai industri yang *high profile*. Atas dasar pengelompokkan di atas, penelitian ini kemudian mengelompokkan industri konstruksi, pertambangan, pertanian, kehutanan, perikanan, kimia, otomotif, barang konsumsi, makanan dan minuman, kertas, farmasi dan plastik sebagai industri yang *high profile*. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H7 : Profile perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility

2.1.2 Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam perusahaan yang menjual modal sahamnya, mereka berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen telah memenuhi tanggung jawabnya dalam mengembangkan perusahaan dan menyelenggarakan pengendalian internal perusahaan (Mulyadi, 2002, dalam Sulastini, 2007). Dewan komisaris dapat mempengaruhi pengungkapan CSR karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam perusahaan. Susunan

atau jumlah dewan komisaris yang ada di perusahaan mencerminkan objektivitas dalam menilai kebijakan yang dibuat perusahaan. Dewan komisaris yang berasal dari luar manajemen perusahaan akan dipandang lebih baik karena akan berpandangan lebih objektif dalam membuat kebijakan perusahaan.

Susunan atau jumlah dewan komisaris yang terdapat dalam susunan organisasi dapat mempengaruhi kinerja dan tanggung jawab sosial di lingkungan maupun eksternal perusahaan. Karena semakin banyak dewan komisaris yang ada maka kecurangan atau penyimpangan terhadap kebijakan yang ditetapkan perusahaan dapat diminimalisasikan. Menurut Beasley (2001) dalam Sembiring (2003) ada tiga karakteristik penting dewan komisaris yang mendukung aktivitas manajemen, antara lain: komposisi, pemisahan antara kepemimpinan dewan komisaris dengan *Chief Executive Officer* (CEO), dan dewan komisaris. Menurut Kosnik (1987) dalam Arifin (2002) dalam Nissa (2010) membagi tipe dewan komisaris menjadi dua, yaitu *outside* dan *inside directors*. Penelitian yang dilakukan oleh Arifin (2002) dalam Nissa (2010) menemukan bahwa komposisi dewan komisaris yang diukur secara rasio *outside directors* terhadap jumlah dewan komisaris mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan sukarela. Pengungkapan pertanggungjawaban sosial merupakan bagian dari pengungkapan sukarela.

Coller dan Gregory (1999) dalam Sembiring (2003) mengungkapkan semakin besar anggota dewan komisaris maka akan semakin mudah dalam mengendalikan dan memonitoring CEO. Jika dihubungkan dengan pengungkapan CSR, maka tekanan

dewan komisaris terhadap manajemen akan semakin besar untuk mengungkapkan pengungkapan sukarela. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility

2.1.1 Profitabilitas

Tingkat laba atau profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, Heinke (1976) dalam Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2003). Menurut FASB dalam SFAC No.6 (1985) dalam Muqodim (2005) mendefinisikan laba komprehensif merupakan perubahan modal (aktiva bersih) perusahaan selama satu periode, dari transaksi, peristiwa lain dan keadaan dari sumber selain pemilik (*non owner change*). Laba sering dipakai sebagai indikator kemampuan perusahaan untuk membayar deviden kepada para investor. Oleh karena itu informasi tentang laba yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan setiap periodenya sangat penting bagi para investor.

Pengungkapan CSR merupakan cerminan pendekatan manajemen dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan *multidimensional* serta kemampuan mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Heinke (1976) dalam Gray et. al. (1995) dalam Hasibuan (2001) menyatakan bahwa profitabilitas

merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melaporkan pertanggungjawaban sosial perusahaan kepada pemegang saham. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

Penelitian yang meneliti pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial menghasilkan hasil sangat beragam. Penelitian Bowman dan Haire (1976) serta Presto (1978) dalam Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2003) mendukung kolerasi antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Penelitian Shanghvi dan Desai (1971) dalam Subiyantoro (1996) dalam Nissa (2010) menunjukan bahwa rentabilitas ekonomi dalam profit margin yang tinggi akan mendorong manajemen untuk memberikan informasi secara terperinci, sebab manajemen ingin meyakinkan kepada investor terhadap profitabilitas perusahaan dan mendorong kompensasi bagi manajemen. Dalam penelitian Subiyantoro (1996) mengutarakan bahwa manajemen cenderung mengungkapkan informasi secara terperinci ketika perusahaan memperoleh profitabilitas yang tinggi, namun sebaliknya disaat tingkat laba rendah perusahaan cenderung mengungkapkan informasi lebih sedikit. Penelitian yang dilakukan Fitriani (2001) dalam Nissa (2010) menunjukan bahwa *net profit margin* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan informasi perusahaan. *Net profit margin* perusahaan dapat diukur dari laba yang diperoleh perusahaan. Sedangkan penelitian Sembiring (2005) melaporkan bahwa profitabilitas tidak memberikan pengaruh pada pengungkapan CSR. Penelitian

Nissa (2010) dan Anggraini (2006) juga menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak berhubungan dengan pengungkapan CSR. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang go publik di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009-2010. Sampel dipilih dengan metode *purposive sampling*. Kriteria pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

1. Sampel yang dipilih adalah perusahaan masuk dalam daftar INDEKS KOMPAS100 pada tahun 2009 dan 2010.
2. Menerbitkan laporan tahunan lengkap selama tahun 2009 dan 2010
3. Menerbitkan laporan keberlanjutan (*Sustainability Reporting*) atau informasi sosial lainnya selama tahun 2009 dan 2010.
4. Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

3.2 Data dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sukender yang berupa laporan tahunan dan laporan keuangan tahun 2009 dan 2010 yang dipublikasikan. Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dan melalui perantara

(diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari Pusat Referensi Pasar Modal di Bursa Efek Indonesia dan idx.co.id.

3.3 Variabel Penelitian dan Pengukurannya

3.3.1 Variabel Dependen

Corporate Social Responsibility (CSR)

Tanggung jawab sosial adalah suatu bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada lingkungan dan masyarakat sekitar yang harus dilaksanakan atas dampak yang ditimbulkan perusahaan dari kegiatan operasional. Pengukuran pengungkapan pertanggungjawaban sosial akan dilakukan dengan cara melakukan penilaian ada tidaknya pengungkapan pertanggungjawaban sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan pertanggungjawaban sosial akan diukur dengan *disclosure scoring* yang diperoleh dari analisis isi laporan tahunan perusahaan dengan menggunakan metode skor *yes/no*. Dalam *disclosure scoring* terdapat tujuh katagori yang terdiri dari: lingkungan (13 item), energi (7 item), kesehatan dan keselamatan kinerja (8 item), lain-lain tentang tenaga kerja (29 item), produk (10 item), keterlibatan masyarakat (9 item), dan umum (2 item). Katagori ini diadopsi dari Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005) yang terdiri dari 90 item pengungkapan. Dengan penyesuaian berdasarkan peraturan Bapepam No. VIII.G.1

tentang laporan tahunan, item tersebut disesuaikan menjadi 78 item pengungkapan. Apabila tidak ditemukan pengungkapan pertanggungjawaban sosial akan diberikan nilai nol (0), nilai satu (1) akan diberikan apabila ditemukan pengungkapan pertanggungjawaban sosial. Nilai-nilai yang dihasilkan akan dijumlahkan dan dibandingkan dengan total nilai yang diperoleh yang pada akhirnya menghasilkan indeks pertanggungjawaban sosial. Rumus dari perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum_{ij} x_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j

n_j : Jumlah item untuk perusahaan

x_{ij} : Dummy variabel $x_{ij} = 1$ jika item diungkapkan $x_{ij} = 0$ jika item tidak diungkapkan

3.3.2 Variabel Independen

3.3.2.1 Kepemilikan Manajemen

Kepemilikan manajemen adalah persentase suara yang berkaitan dengan saham dan option yang dimiliki oleh manajer dan direksi suatu perusahaan (Mathiesen, 2004

dalam Rawi, 2008). Kepemilikan manajerial merupakan *bonding mechanism* yang digunakan untuk mengurangi konflik keagenan antara manajemen dengan pemegang saham (Megginson, 1997 dalam Rawi, 2008). Kekayaan pribadi manajemen yang terkait dengan nilai perusahaan diharapkan akan membuat manajemen untuk bertindak demi meningkatkan nilai perusahaan dengan sendirinya.

3.3.2.2 Kepemilikan Institusi

Kepemilikan Institusi (INST): Menunjukkan persentase saham yang dimiliki oleh pemilik institusi dan kepemilikan oleh *blockholder*, yaitu kepemilikan individu atau atas nama perorangan diatas 5%, tetapi tidak termasuk kedalam golongan kepemilikan *insider*. Kepemilikan oleh *blockholder* dimasukkan kedalam kepemilikan institusi (Agrawal dan Knouber, 1996 dalam Rawi, 2008). Variabel ini diukur dari jumlah persentase saham yang dimiliki oleh institusi pada akhir tahun.

$$\frac{\text{INST} + \text{SI} + \text{SB}}{\text{TKS}}$$

Keterangan:

INST = *institutional ownership*

SI = jumlah saham institusi

SB = jumlah saham *blockholder*

TKS = total keseluruhan saham

□□□□□□ *Leverage*

Leverage menunjukkan seberapa besar *asset* perusahaan diperoleh atau didanai oleh utang. Variabel ini diukur dengan membagi total utang dengan *total asset*. Penggunaan debt akan mengurangi konflik antara *shareholders* dan *agent* (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Rawi, 2008). Secara matematis kebijakan utang diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{Debt}_{it} \square \frac{\text{TD}_{it}}{\text{Total Asset}_{it}}$$

Keterangan:

TD_{it} □ Jumlah total utang perusahaan i pada periode t

Total Asset_{it} □ Total aset yang dimiliki perusahaan i pada periode t

□□□□□□ *Size*

Size atau ukuran perusahaan bisa diukur dengan jumlah aktiva, jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan proksi total aset. Aset merupakan sumber daya yang dikuasai oleh perusahaan akibat dari peristiwa masa lalu dan dari mana manfaat ekonomi di masa depan diharapkan akan diperoleh perusahaan.

$$\text{Size} \propto \text{Total Aset} \propto \text{Ln}$$

3.3.2. Efisiensi Operasi

Efisiensi operasi merupakan kegiatan operasional yang dilakukan secara cermat dengan menggunakan dana yang sebaik mungkin untuk memperoleh *output* yang maksimal. Biaya operasi merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menunjang kegiatan operasionalnya. Biaya operasi terdiri dari biaya administrasi dan umum, serta biaya pemasaran. Variabel ini dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{Efisiensi operasi} \propto \frac{\text{Biaya operasi}}{\text{Pendapatan}}$$

3.3.2. Umur Perusahaan

Menurut Ansah (2000) dalam Rawi (2008), umur perusahaan sangat mempengaruhi pelaporan keuangan perusahaan, karena berkaitan dengan pengembangan dan pertumbuhan perusahaan tersebut. **Umur perusahaan diproksikan dengan masa listing atau penawaran saham perdana (first issue) pada bursa efek.**

□□□□□□ Profile

Dummy variabel akan digunakan untuk mengklasifikasikan *high profile* dan *low profile*. *High profile* akan diberi nilai 1 yaitu untuk perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang: perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi, dan pariwisata. Nilai 0 diberikan untuk perusahaan yang *low profile*, yang meliputi bidang bangunan, keuangan dan perbankan, supplier peralatan medis, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga. (Hasibuan, 2001 □ Henny dan Murtanto, 2001 □ Utomo, 2000 □ Hackston dan Milne, 1996)

3.3.2. □ Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam perusahaan yang menjual modal sahamnya, mereka berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen telah memenuhi tanggungjawabnya dalam mengembangkan perusahaan dan menyelenggarakan pengendalian internal perusahaan. Dalam penelitian ini dewan komisaris diukur melalui jumlah anggota dewan komisaris. Dewan komisaris dapat diformulasikan sebagai berikut:

<p>Dewan komisaris □ Jumlah dewan komisaris</p>
--

3.3.2. □ Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Tingkat laba dapat diukur dengan *net profit margin*, dimana *net profit margin* merupakan perbandingan antara laba bersih dengan penjualan bersih. Secara matematis tingkat laba dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{Profitabilitas} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

3.3.3 Hipotesis Operasional

Hipotesis operasional dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Ho1: □1 = 0 : Kepemilikan manajemen tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- Ha1: □1 > 0 : Kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- Ho2: □2 = 0 : Kepemilikan institusi tidak berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- Ha2: □2 < 0 □Kepemilikan institusi berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

- Ho3: $\beta = 0$: *leverage* tidak berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
Ha3: $\beta < 0$: *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- Ho4: $\alpha = 0$: *size* tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
Ha4: $\alpha > 0$: *size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- Ho5: $\gamma = 0$: efisiensi operasi tidak berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
Ha5: $\gamma < 0$: efisiensi operasi berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- Ho6: $\delta = 0$: umur perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
Ha6: $\delta > 0$: umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- Ho7: $\theta = 0$: *profile* tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
Ha7: $\theta > 0$: *profile* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- Ho8: $\phi = 0$: dewan komisaris tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

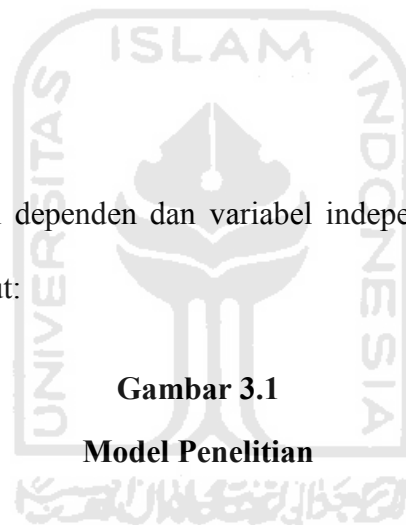
Ha8□□8 □ 0 : dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

- Ho9□□9 □ 0 : profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

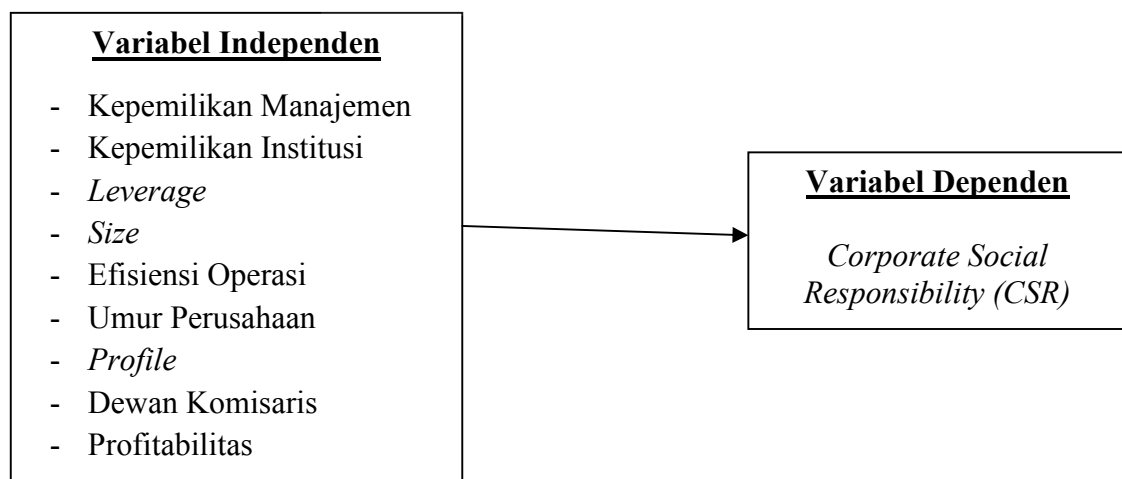
Ha9□□9 □ 0 : profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

3.3.□ Model Penelitian

Jika digambarkan, variabel dependen dan variabel independen dalam penelitian ini akan tampak sebagai berikut:



Gambar 3.1
Model Penelitian



3. □ Metode Analisis Data

3. □1 Statistik Deskriptif □

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai minimum, nilai rata-rata (*mean*), dan nilai standar deviasi. Analisis deskriptif merupakan salah satu metode analisis yang menitikberatkan pada pengumpulan, penyajian, dan pengaturan data guna membuat gambaran yang jelas tentang variasi sifat data yang pada akhirnya akan mempermudah proses analisis dan intreprastasi data. Statistik deskriptif dipilih sebagai alat untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data sampel yang telah terkumpul tanpa berlanjut pada penarikan kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.

Penelitian ini menganalisis pengaruh kepemilikan manajemen, kepemilikan institusi, *leverage*, *size*, efisiensi operasi, umur perusahaan, *profile*, dewan komisaris, dan profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

3. □2 Uji Asumsi Klasik

Dalam praktik, beberapa masalah sering muncul pada sat analisis regresi digunakan untuk mengestimasi suatu model dengan sejumlah data. Masalah tersebut dalam buku teks ekonometrika termasuk dalam pengujian asumsi klasik, yaitu ada tidaknya masalah autokorelasi, heteroskedatisitas, multikolinearitas, dan normalitas. (Mudrajat Kuncoro, 2001)

3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Analisis data menyaratkan data berdistribusi normal untuk menghindari bias dalam analisis data. Data *outlier* (tidak normal) harus dibuang karena menimbulkan bias dalam interpretasi dan mempengaruhi data lainnya.

3.2.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linear yang sempurna diantara variabel-variabel independen. Akibat dari adanya multikolinearitas ini adalah koefisien regresinya tidak tertentu atau kesalahan standarnya tidak terhingga. Model regresi yang baik adalah model regresi yang non multikolinieritas, artinya antara variabel independen yang satu dengan yang lainnya dalam regresi tidak saling berhubungan sempurna. Adanya multikolinieraitas akan mengakibatkan ketidaktepatan estimasi sehingga mengarahkan kesimpulan yang menerima hipotesis nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dengan cara melihat dari VIF, jika $VIF \leq 10$ maka tingkat kolinieritas dapat ditoleransi.

3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu observasi ke observasi lain. Uji heterokedastisitas dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual dengan

variabel independennya. Ada tidaknya heterokedastisitas dapat diketahui dengan melihat tingkat signifikansinya terhadap $\alpha 5\%$.

3.2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi ada tidaknya Autokorelasi, digunakan uji Durbin Watson (DW Test).

3.3 Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis mengenai pengaruh kepemilikan manajemen, kepemilikan institusi, *leverage*, *size*, efisiensi operasi, umur perusahaan, *profile*, dewan komisaris, dan profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*, menggunakan analisis regresi berganda. Model regresi yang dibuat adalah sebagai berikut:

$$CSR_{it} = \beta_0 + \beta_1 MNJ_{it} + \beta_2 INST_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 SI_{it} + \beta_5 EO_{it} + \beta_6 AGE_{it} + \beta_7 PROF_{it} + \beta_8 KOM_{it} + \beta_9 PM_{it} + \mu_{it}$$

Keterangan:

- CSR : Corporate Social Responsibility (CSR) - AGE: Umur Perusahaan

- α_0 : Intercept Regresi
- MNJ : Kepemilikan Manajemen
- INST: Kepemilikan Institusi
- LEV: *Leverage*
- SIZE: *Size*
- EO : Efisiensi Operasi
- PROF : *Profile*
- KOM : Dewan Komisaris
- PM : Profitabilitas
- ϵ : *error*
- i : i th unit cross sectional
- t : Tahun Periode waktu

Kriteria pengujian:

H_0 ditolak jika P value $\leq 0,05$ dan arah dari koefisien regresi sesuai dengan yang diprediksikan.



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan disajikan hasil dari analisis data berdasarkan pengamatan sejumlah variabel yang digunakan dalam model analisis regresi berganda untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kepemilikan manajemen, kepemilikan institusi, *leverage*, *size*, efisiensi operasi, umur perusahaan, *profile*, dewan komisaris, dan profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam laporan keuangan tahunan perusahaan.

□1 Data Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan go public yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009-2010. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dalam menentukan sampelnya. Kriteria pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

1. Sampel yang dipilih adalah perusahaan masuk dalam daftar INDEKS KOMPAS100 pada tahun 2009 dan 2010.
2. Menerbitkan laporan tahunan lengkap selama tahun 2009 dan 2010
3. Menerbitkan laporan keberlanjutan (*Sustainability Reporting*) atau informasi sosial lainnya selama tahun 2009 dan 2010.

4. Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Berdasarkan kriteria tersebut, terdapat 58 buah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Berikut deskripsi pemilihan sampel dalam penelitian ini:

Tabel 1

Deskripsi Sampel Penelitian

Keterangan	Tahun 2009	Tahun 2010
Perusahaan yang terdaftar di BEI dan masuk dalam daftar KOMPAS 100	100	100
Perusahaan yang tidak masuk dalam daftar Kompas 100 tahun 2009-2010 secara berturut-turut	(22)	(22)
Perusahaan yang informasi sosial dan keuangannya tidak dapat diakses	78 (16)	78 (16)
Perusahaan yang tidak memiliki data lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.	62 (34)	62 (32)
Perusahaan yang memenuhi seluruh kriteria sampel penelitian ini	28	30
Total sampel keseluruhan	58	

2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan salah satu metode analisis yang menitikberatkan pada pengumpulan, penyajian, dan pengaturan data guna membuat gambaran yang jelas tentang variasi sifat data yang pada akhirnya akan mempermudah proses analisis dan interpretasi data. Tabel dibawah ini akan menggambarkan atau mendeskripsikan dari data masing-masing variabel yang telah diolah dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi.

Tabel. 2
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSRit	58	.140	.760	.47310	.140503
MNJit	58	.00100	17.51000	1.5653638	3.18875040
INSTit	58	37.95	78.71	60.8638	11.62268
LEVit	58	.18	.94	.5507	.20825
Siit	58	12.11	14.65	13.1595	.63529
EOit	58	.02	.87	.2786	.27264
AGEit	58	1.00	21.00	9.6724	6.57851
PROFit	58	.00	1.00	.5690	.49955
KOMit	58	3.00	10.00	5.5345	1.45356
PMit	58	-1.20	.85	.1079	.24343
Valid N (listwise)	58				

Berdasarkan data di atas, variabel CSR memiliki nilai rata-rata sebesar 0,4731 dan memiliki standar deviasi sebesar 0,1405. Nilai minimum variabel CSR sebesar 0,140 dan nilai maksimum sebesar 0,760. Hal ini menunjukkan bahwa data CSR bersifat heterogen karena memiliki rentang data yang jauh.

Variabel kepemilikan manajemen memiliki standar deviasi sebesar 3.18875 sedangkan nilai rata-rata sebesar 1.56536. Nilai minimum variabel kepemilikan manajemen sebesar 0,001 dan memiliki nilai maksimum sebesar 17,510. Hal ini menunjukkan rentang data yang jauh yang menjelaskan bahwa data bersifat heterogen.

Sedangkan variabel kepemilikan institusi memiliki nilai rata-rata sebesar 60.8638 dan standar deviasi sebesar 11.62268. Nilai minimum variabel kepemilikan institusi adalah sebesar 37.95 dan nilai maksimumnya adalah sebesar 78,71. Keadaan ini menunjukkan bahwa data kepemilikan institusi bersifat heterogen karena memiliki rentang data yang cukup jauh.

Nilai rata-rata pada data variabel *leverage* sebesar 0,5507 dan standar deviasi sebesar 0,20285. Variabel *leverage* memiliki nilai minimum sebesar 0,18 dan nilai maksimum sebesar 0,94, rentang nilai tersebut terpaut jauh yang menandakan bahwa data bersifat heterogen.

Variabel ukuran perusahaan atau *size* yang dalam penelitian ini diproksikan dalam *log* total asset yang memiliki rata-rata sebesar 13.1595 dan nilai standar deviasi sebesar 0,63529. Nilai minimum variabel ukuran perusahaan sebesar 12,11 dan memiliki nilai maksimum sebesar 14,65, hal ini menunjukkan rentang data yang tidak jauh yang menjelaskan bahwa data bersifat homogen.

Standar deviasi pada data variabel efisiensi operasi sebesar 0, 27264 dengan nilai rata-rata sebesar 0,2786. Variabel efisiensi operasi memiliki nilai minimum sebesar 0,02

dan nilai maksimum sebesar 0,87. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa data variabel efisiensi operasi bersifat heterogen karena memiliki rentang data yang jauh.

Variabel umur perusahaan memiliki standar deviasi sebesar 6.57851 sedangkan nilai rata-rata sebesar 9.6724. Nilai minimum variabel kepemilikan manajemen sebesar 1 dan memiliki nilai maksimum sebesar 21. Hal ini menunjukkan rentang data yang jauh yang menjelaskan bahwa data bersifat heterogen.

Variabel *profile* memiliki data yang bersifat homogen karena memiliki nilai minimum sebesar 0 dan nilai maksimum sebesar 1, jarak antar nilai maksimum dan nilai minimum tidak terlalu besar. Standar deviasi variabel *profile* sebesar 0.499550 dan nilai rata-rata yang sebesar 0.5690.

Variabel dewan komisaris memiliki nilai rata-rata sebesar 4,3750 dan nilai standar deviasi yang sebesar 2,14996. Nilai maksimum variabel dewan komisaris sebesar 10 dan nilai minimum sebesar 2, hal ini menyatakan bahwa jarak antara nilai tersebut tidak jauh sehingga dapat disimpulkan bahwa data variabel dewan komisaris bersifat homogen.

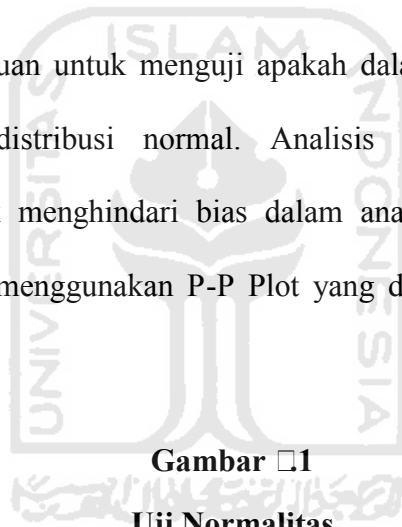
Variabel profitabilitas yang diukur dengan Profit Margin memiliki data yang bersifat heterogen karena memiliki nilai minimum sebesar -1,20 dan nilai maksimum sebesar 0.85, memiliki jarak yang cukup jauh antar datanya. Nilai rata-rata variabel profitabilitas adalah sebesar 0.1079 dengan standar deviasi sebesar 0.24343.

□3 Uji Asumsi Klasik

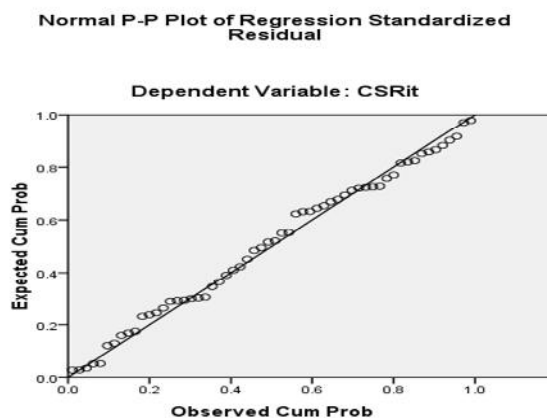
Uji asumsi klasik dilakukan agar hasil estimasi regresi bebas dari adanya gejala heteroskedastisitas, gejala multikolinieritas, dan gejala autokolerasi. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokolerasi.

□3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, varians dari residual memiliki distribusi normal. Analisis data mensyaratkan data berdistribusi normal untuk menghindari bias dalam analisis data. Uji normalitas dalam penelitian ini akan menggunakan P-P Plot yang dapat dilihat hasilnya pada gambar 4.1 sebagai berikut:



Gambar □1
Uji Normalitas



Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data normal maka titik-titik yang menggambarkan data akan mengikuti garis diagonalnya. Hasil pengujian ini dapat dilihat bahwa titik titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa penyebaran data mendekati normal atau memenuhi asumsi normalitas.

3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ada kolerasi yang serius antara sesama variabel independen dalam persamaan regresi. Model regresi yang baik model regresi yang non multikolinieritas, artinya antara variabel independen yang satu dengan yang lainnya dalam regresi tidak saling berhubungan sempurna. Kolerasi antara variabel independen pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 MNJit	.808	1.238
INSTit	.578	1.731
LEVit	.404	2.478
SiFit	.308	3.247
EOit	.460	2.173
AGEit	.786	1.273
PROFit	.528	1.893

KOMit	.782	1.279
PMit	.539	1.856

a. Dependent Variable: CSRI

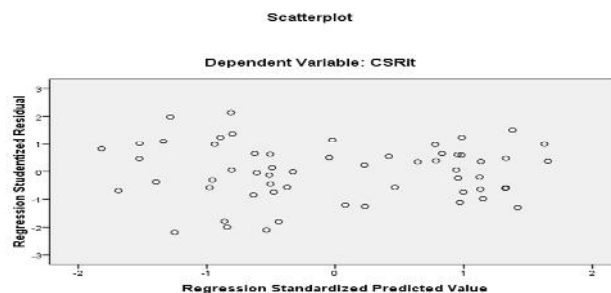
Berdasarkan tabel 4.3 hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10. Nilai kolerasi tersebut menunjukkan hasil yang baik karena dalam Algifari (2000) menyatakan bahwa tidak ada hubungan multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Berdasarkan kriteria tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

□3.3 Uji Heteroskedastisitas

Analisis asumsi klasik pada uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *plot residual*. Jika ditemukan *plot residual* membentuk pola tertentu maka terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas ditunjukkan pada Gambar 4.2 berikut:

Gambar □2

Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan Gambar 4.2 terlihat data residual berupa titik-titik menyebar secara acak dan menyebar baik di atas maupun di bawah titik 0 dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah ada hubungan antara kesalahan-kesalahan yang muncul pada data runtun waktu (time series). Hasil uji autokorelasi dapat ditunjukkan pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.686 ^a	.471	.372	.111332	1.418

a. Predictors: (Constant), PMit , MNJit, INSTit, KOMit , LEVit, AGEit, EOit, PROFit , Siit

b. Dependent Variable: CSRit

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.5, diperoleh nilai DW adalah sebesar 1,418 yang berarti terletak pada $-2,00 < DW < 2,00$ sehingga model regresi menunjukkan tidak ada masalah autokorelasi.

4.4 Uji Hipotesis

Setelah terpenuhinya normalitas data maka akan dilanjutkan dengan pengujian hipotesis. Pada penelitian ini hipotesis diuji dengan menggunakan metode analisis regresi berganda. Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5

Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Kesimpulan
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-.297	.524		-.566	.574	
	MNJit	.006	.005	.139	1.191	.239	Ha1 tidak didukung
	INSTit	.001	.002	.094	.679	.501	Ha2 tidak didukung
	LEVit	-.079	.111	-.117	-.710	.481	Ha3 tidak didukung
	SI _{it}	.054	.042	.246	1.298	.200	Ha4 tidak didukung
	EOit	-.238	.080	-.461	-2.979	.005	Ha5 didukung
	AGEit	.000	.003	-.029	-.243	.809	Ha6 tidak didukung
	PROFit	.136	.041	.483	3.343	.002	Ha7 didukung
	KOMit	.002	.011	.025	.214	.832	Ha8 tidak didukung
	PMit	.013	.083	.023	.159	.875	Ha9 tidak didukung

a. Dependent Variable: CSRit

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa persamaan regresi berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

CSRit = - 0.297 + 0.006MNJit + 0.001INSTit - 0.079LEVit + 0.054SI_{it} - 0.238

EOit + 0.000AGEit + 0.136PROFit + 0.002KOMit + 0.013PMit

Persamaan di atas menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar -0.297 artinya, jika variabel kepemilikan manajemen, kepemilikan institusi, *leverage*, *size*, efisiensi operasi, umur perusahaan, *profile*, dewan komisaris, dan profitabilitas bernilai nol maka jumlah indeks pengungkapan CSR yang disajikan sebesar -0.297 . Variabel kepemilikan manajemen memiliki koefisien regresi positif sebesar $0,006$. Hal tersebut menyatakan bahwa, jika variabel kepemilikan manajemen mengalami kenaikan 1% , maka indeks pengungkapan CSR akan bertambah sebesar $0,006$ dengan asumsi variabel independen lainnya adalah konstan.

Variabel kepemilikan institusi memiliki koefisien regresi positif sebesar $0,001$. Hal tersebut menunjukkan bahwa, jika variabel kepemilikan institusi mengalami kenaikan 1% , maka indeks pengungkapan CSR akan bertambah sebesar $0,001$. Keadaan ini dapat terjadi jika diasumsikan variabel independen lainnya memiliki nilai konstan.

Variabel *leverage* memiliki koefisien regresi negatif sebesar $0,79$. Hal tersebut menunjukkan bahwa, jika rasio *leverage* mengalami kenaikan 1% , maka indeks pengungkapan CSR akan berkurang sebesar $0,79$. Keadaan ini dapat terjadi jika diasumsikan variabel independen lainnya memiliki nilai konstan.

Variabel *size* memiliki koefisien regresi positif sebesar $0,54$. Hal tersebut menunjukkan bahwa, jika *size* mengalami kenaikan Rp. 10 maka indeks pengungkapan CSR akan mengalami kenaikan sebesar $0,54$. Keadaan ini dapat

terjadi jika diasumsikan variabel independen lainnya memiliki nilai konstan.

Variabel efisiensi operasi memiliki koefisien regresi negatif sebesar 0,238. Hal tersebut menunjukkan bahwa, jika variabel efisiensi operasi mengalami kenaikan 1%, maka indeks pengungkapan CSR akan berkurang sebesar 0,238. Keadaan ini dapat terjadi jika diasumsikan variabel independen lainnya memiliki nilai konstan.

Variabel umur perusahaan memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa jika variabel umur perusahaan mengalami kenaikan 1 tahun, maka indeks pengungkapan CSR akan bertambah sebesar 0,000. Keadaan ini dapat terjadi jika diasumsikan variabel independen lainnya memiliki nilai konstan.

Variabel *profile* memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,136. Hal tersebut menunjukkan bahwa jika variabel profile mengalami perubahan tipe industri dari *low profile* menjadi *high profile*, maka indeks pengungkapan CSR akan bertambah sebesar 0,136. Keadaan ini dapat terjadi jika diasumsikan variabel independen lainnya memiliki nilai konstan.

Variabel dewan komisaris memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,002. Hal tersebut menunjukkan bahwa, jika dewan komisaris mengalami penambahan jumlah satu orang dewan komisaris, maka indeks pengungkapan CSR akan bertambah sebesar 0,002. Keadaan ini dapat terjadi jika diasumsikan variabel independen lainnya memiliki nilai konstan.

Variabel profitabilitas memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,013. Hal

tersebut menunjukkan bahwa, jika rasio tingkat laba mengalami kenaikan 1%, maka indeks pengungkapan CSR akan bertambah sebesar 0,013. Keadaan ini dapat terjadi jika diasumsikan variabel independen lainnya memiliki nilai konstan.

Selain itu, berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel 4.5, hasil pengujian hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepemilikan Manajemen

Dalam penelitian ini kepemilikan manajemen yang diprosikan dengan prosentase kepemilikan saham manajemen, menunjukkan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan dengan nilai $t = 1,191$ dan $p = 0,239$. Meskipun nilai t-nya positif sesuai dengan arah yang dihipotesiskan, akan tetapi hasil ini tidak dapat mendukung hipotesis penelitian karena p valuenya lebih dari 0,05. Hal ini menjelaskan bahwa hipotesa pertama yang menyatakan bahwa “kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR”, tidak terbukti .

Selain itu, hasil penelitian ini juga tidak mendukung penelitian-penelitian sebelumnya , seperti Anggraini (2006), Rawi (2008), yang menyatakan kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini juga tidak mendukung teori stakeholder dan teori legitimasi yang mengindikasikan bahwa untuk mendapat legitimasi, kepemilikan manajemen yang tinggi akan selalu melakukan aktivitas sosial dan lingkungan lebih banyak agar mempunyai pengaruh

pada pihak-pihak internal maupun eksternal yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan.

Pengukuran kepemilikan manajemen dalam penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rawi (2008) dan Anggraini (2006). Penelitian sebelumnya memperhitungkan kepemilikan manajemen yang bernilai 0 sebagai sampel, tetapi penelitian ini tidak. Hal ini menyebabkan sampel yang didapat tidak sebanyak penelitian sebelumnya dan memiliki karakter sampel yang berbeda. Hal ini dimungkinkan yang menyebabkan uji hipotesis yang dilakukan menunjukkan hasil yang tidak signifikan.

2. Kepemilikan Institusi

Kepemilikan institusi menunjukkan bahwa seberapa besar saham yang dimiliki oleh pihak institusi atau masyarakat umum yang kepemilikan sahamnya di atas 5%. Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam tabel 4.5 dapat diketahui bahwa variabel kepemilikan institusi memiliki nilai $p > 0,501$ dimana $p \text{ value} > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil pengujian ini menunjukkan tidak terbuktinya hipotesis kedua yang menyatakan “kepemilikan institusi berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR”. Selain itu, hasil ini tidak mendukung teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa *stakeholder* merupakan pihak yang berkepentingan terhadap

perusahaan. Akan tetapi hasil ini mendukung penelitian Rawi (2008) dan Sahabarudin (2004) yang menunjukkan bahwa kepemilikan institusi tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Besar kecilnya kepemilikan institusi tidak dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan CSR suatu perusahaan.

□□ **Leverage**

Ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya tercermin dalam tingkat *leverage*. *Leverage* merupakan penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap, dengan harapan akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetapnya sehingga keuntungan pemegang saham bertambah. Semakin tinggi *leverage*, yang mana akan menambah beban tetap perusahaan, maka untuk program CSR menjadi terbatas atau sebaliknya.

Berdasarkan tabel 4.5, hasil uji hipotesis terhadap variabel *leverage* menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, ditunjukkan dengan nilai $t < -0,710$ dan $p > 0,481$. Hasil pengujian ini menolak hipotesis ketiga yang menyatakan “*leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR”.

Hasil pengujian ini berhasil mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rawi (2008), Sembiring (2005) dan Anggraini (2006) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti bahwa tinggi

rendahnya tingkat *leverage* perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan CSR oleh perusahaan.

□□ Size

Dalam penelitian ini *size* yang diproksikan dengan *log* total asset, menunjukkan tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan dengan nilai $t = 1,298$ dan $p = 0,200$ ($p > 0,05$). Hal ini menjelaskan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan bahwa “*size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR”, tidak terbukti.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Hasibuan (2001), Yuliani (2003), Sembiring (2005) dan Nissa (2010) yang menyatakan bahwa variabel *size* mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan. Akan tetapi, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Davey (1982) dan Ng (1985) yang disebutkan dalam Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005), bahwa besar atau kecilnya ukuran perusahaan tidak terkait dengan pengungkapan CSR yang disajikan oleh perusahaan.

Penelitian ini menggunakan total asset sebagai alat ukur pengujian. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sembiring (2005) yang menggunakan jumlah tenaga kerja yang merupakan bagian dari program CSR sebagai alat ukur. Selain itu, sama halnya dengan variabel *leverage*, dalam pengungkapan

CSR tidak membutuhkan sumber daya yang besar sehingga tidak akan mempengaruhi asset perusahaan.

□ Efisiensi Operasi

Berdasarkan tabel 4.5 variabel efisiensi operasi menunjukkan pengaruh negatif secara signifikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan dengan nilai $t = -2,979$ dan $p = 0,005$ ($p < 0,05$). Hal ini berarti bahwa semakin kecil rasio efisiensi operasi perusahaan, pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang disajikan akan semakin luas. Berdasarkan penjelasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan “efisiensi operasi berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR”, terbukti.

Efisiensi operasi dalam penelitian ini diukur dengan cara membandingkan biaya operasi dengan pendapatan. Rasio ini dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar pendapatan yang diperoleh perusahaan dari biaya operasi yang dikeluarkan. Rasio efisiensi operasi yang tinggi menunjukkan bahwa biaya operasi yang digunakan perusahaan tinggi. Tingginya biaya operasi ini dapat diindikasikan bahwa perusahaan belum melakukan upaya efisiensi dalam kegiatan operasinya. Dengan demikian perusahaan yang melaksanakan efisiensi operasi tidak mempunyai dana yang cukup besar untuk menjalankan pertanggungjawaban sosial. Oleh karena itu, semakin kecil rasio ini semakin banyak tanggung jawab sosial yang bisa

dilakukan, maka semakin luas pula pengungkapan pertanggungjawaban sosialnya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nissa (2010).

□ Umur Perusahaan

Dalam penelitian ini umur perusahaan yang diproksi dengan masa listing atau penawaran saham perdana pada bursa efek, menunjukkan tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan dengan nilai $t = -0,243$ dan $p = 0,809$ ($p > 0,05$). Hal ini menjelaskan bahwa hipotesa keenam yang menyatakan bahwa “umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR”, tidak terbukti.

Hasil penelitian ini tidak mendukung pendapat Marwoto dan Prayogi (2003) yang menyatakan bahwa perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman yang lebih banyak dalam mempublikasikan laporan keuangan. Selain itu, penelitian ini juga tidak mendukung penelitian Pramudoyo dan Anis (2003) yang menemukan bahwa umur perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap luasnya *information voluntary disclosure*.

Penelitian ini tidak seperti penelitian sebelumnya yang hanya mengambil sampel dari satu jenis perusahaan saja, sebagai contoh perusahaan manufaktur saja. Penelitian ini mengambil sampel dari berbagai jenis perusahaan, seperti manufaktur, jasa, dan perbankan. Oleh karena itu, hasil pengujian hipotesis menunjukkan hasil

yang tidak signifikan karena sampel yang diambil tidak berasal dari sektor industri yang sama.

□□ Profile

Hubungan sistematis antara *profile* perusahaan dengan pengungkapan CSR perusahaan telah ditemukan dalam penelitian-penelitian terdahulu. Hal ini dikaitkan dengan dampak variasi dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, sehingga hipotesis umumnya menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki dampak yang besar terhadap lingkungan dan masyarakat akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial. Dikaitkan dengan teori legitimasi, hal ini dilakukan perusahaan untuk melegitimasi kegiatan operasinya dan menurunkan tekanan dari para aktivis sosial dan lingkungan.

Hasil penelitian ini berhasil mendukung teori legitimasi dengan menunjukkan pengaruh yang positif signifikan *profile* terhadap pengungkapan CSR perusahaan dengan nilai $t = 3,343$ dan $p = 0,002$ ($p < 0,05$). Ini berarti bahwa perusahaan dengan tipe *high-profile* akan membuat pengungkapan CSR yang lebih luas dari perusahaan dengan tipe *low-profile*. Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya seperti, Utomo (2000), Hasibuan (2001) dan Sembiring (2005) yang menyatakan bahwa *profile* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

□ Dewan Komisaris

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang terdapat dalam tabel 4.5, variabel dewan komisaris menunjukkan hasil tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan dengan nilai $t = 0,214$ dan $p = 0,832$ ($p > 0,05$). Hal ini menjelaskan bahwa hipotesa kedelapan yang menyatakan bahwa “dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR”, tidak terbukti. Hasil ini menunjukkan bahwa keberadaan dewan komisaris tidak mampu memberikan bukti dapat mempengaruhi pengungkapan CSR yang diberikan oleh perusahaan. Di samping itu, hasil pengujian ini juga tidak mendukung teori agensi dan pendapat Coller dan Gregory (1999) dalam Sembiring (2005) yang menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan semakin efektif.

Sama halnya dengan variabel umur perusahaan, penelitian ini mengambil sampel dari berbagai macam sektor industri. Selain itu, jumlah sampelnya juga terbatas. Oleh karena itu, hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa besar kecilnya jumlah dewan komisaris tidak berpengaruh kepada pengungkapan CSR.

□ Profitabilitas

Dalam penelitian ini tingkat laba diproksi dengan membandingkan laba bersih dengan penjualan bersih. Berdasarkan tabel 4.5 tingkat laba memiliki nilai $t = 0,159$ dan $p = 0,875$ ($p > 0,05$). Hal ini menjelaskan bahwa hipotesis kesembilan yang menyatakan bahwa “profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR” tidak terbukti.

Penelitian ini tidak berhasil mendukung teori legitimasi dan hasil penelitian Donovan dan Gibson (2000) dalam Sembiring (2005). Secara teoritis, menurut mereka, dari sisi teori legitimasi profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Hal didukung dengan argumentasi 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. Akan tetapi, penelitian ini sejalan dengan penelitian Sembiring (2005), Anggraini (2006), dan Nissa (2010) yang hasil pengujiannya menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memberikan pengaruh pada pengungkapan CSR.

□□1. Koefisien Determinasi

Berdasarkan lampiran 4 nilai *adjusted R square* adalah sebesar 0,372. Hal

tersebut menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajemen, kepemilikan institusi, *leverage*, *size*, efisiensi operasi, umur perusahaan, *profile*, dewan komisaris, dan profitabilitas hanya menjelaskan pengungkapan CSR sebesar 37,2%. Sedangkan untuk sisanya sebesar 62,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

2.2. Uji Kebaikan Model Regresi

Tujuan dari uji kebaikan model regresi adalah untuk menguji apakah model persamaan regresi berganda dalam penelitian ini baik atau tidak dilihat secara keseluruhan. Berdasarkan hasil uji ANOVA dalam lampiran 4, diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan ini $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$), hal tersebut dapat diartikan bahwa model persamaan regresi berganda tersebut baik secara keseluruhan dan dapat digunakan untuk melihat apakah kepemilikan manajemen, kepemilikan institusi, *leverage*, *size*, efisiensi operasi, umur perusahaan, *profile*, dewan komisaris, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial pada perusahaan yang masuk dalam daftar Indeks Kompas 100 tahun 2009-2010.

BAB V

PENUTUP

1 Kesimpulan

Pada bab sebelumnya telah dilakukan pembahasan mengenai hasil uji hipotesis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Faktor-faktor yang diuji adalah kepemilikan manajemen, kepemilikan institusi, *leverage*, *size*, efisiensi operasi, umur perusahaan, *profile*, dewan komisaris, dan profitabilitas. Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa efisiensi operasi berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Hasil uji hipotesis efisiensi operasi yang diprosikan dengan rasio perbandingan antara biaya operasi dengan pendapatan menunjukkan hasil *p value* $\leq 0,005$ ($p \leq 0,05$) dan $t \leq -2,979$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kecil rasio efisiensi operasi, maka pengungkapan CSR dalam laporan keuangan tahunan perusahaan akan semakin besar.
2. Penelitian ini juga berhasil menunjukkan bahwa *profile* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hasil uji hipotesis *profile* menunjukkan hasil *p value* $\leq 0,002$ ($p \leq 0,05$) dan $t \leq 3,343$. Hal ini berarti bahwa perusahaan yang lebih besar akan mengungkapkan CSR lebih banyak

daripada perusahaan yang lebih kecil. Perusahaan yang tergolong *high profile* adalah perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi, dan pariwisata. Sedangkan perusahaan yang tergolong *low profile* adalah bidang bangunan, keuangan dan perbankan, supplier peralatan medis, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga.

3. Akan tetapi, penelitian ini tidak berhasil menemukan pengaruh kepemilikan manajemen, kepemilikan institusi, *leverage*, *size*, umur perusahaan, dewan komisaris dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.

2.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Sampel perusahaan yang terbatas karena tidak semua perusahaan masuk dalam daftar Indeks Kompas 100 secara berturut-turut selama periode 2009-2010. Selain itu, terdapat beberapa perusahaan yang sudah masuk dalam daftar Indeks Kompas 100 akan tetapi datanya tidak dapat diakses.
2. Tidak semua perusahaan memiliki kepemilikan manajemen atau mengungkapkan kepemilikan manajemennya sehingga data yang diteliti menjadi terbatas.

3. Penelitian ini meneliti seluruh jenis bidang industri sehingga hasil yang diperoleh banyak yang tidak signifikan dan tidak dapat mengungkapkan faktor yang mempengaruhi CSR dalam suatu industri tertentu secara tepat.

□3 Saran

Dalam penelitian ini peneliti memiliki keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik. Peneliti berikutnya sebaiknya memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya disarankan dapat memperoleh sampel yang lebih besar dari populasi suatu pengamatan penelitian.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memodifikasi kembali variabel-variabel yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Selain itu, jika penelitian selanjutnya ingin menggunakan variabel kepemilikan manajemen, sebaiknya peneliti memastikan terlebih dahulu perusahaan yang digunakan sebagai sampel memiliki kepemilikan manajemen atau tidak.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti dalam satu bidang industri saja sehingga hasilnya dapat lebih signifikan dan dapat mengungkapkan faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR suatu industri tertentu dengan tepat.

REFERENSI

- Anggraini, Fr Rani Retno, “Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)”, Simposium Nasional Akuntansi I□, Padang, 2006.
- Cahyonowati, Nur, “ Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Discloure) dalam Laporan Tahunan Perusahaan”, Skripsi S-1, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2003.
- Gho□ali, Imam dan Anis Chariri, “Teori Akuntansi”. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2007.
- Hasibuan, Ri□al, “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial”, Skripsi S-1, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2001.
- Kuncoro, Mudrajad, “Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi”, Edisi pertama, YKPN, Yogyakarta, 2001.
- Lako, Andreas, “Kewajiban CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi”. Seminar Nasional Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang, 2008.
- Muqodim, “Teori Akuntansi”, Ekonesia, Yogyakarta, 2005.
- Nissa, Nurlaila MC, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial dalam Laporan Keuangan”, Skripsi S-1, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2010.
- Nurlela, Rika dan Islahuddin, “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta)”, Simposium Nasional Akuntansi □I, Pontianak, 2008.
- Prayogi, “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Sukarela Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta”, Tesis Magister Akuntansi Universitas Diponegoro, Semarang, 2003.

- Rahmawati, Isna Putri. “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating”, Skripsi S-1, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2010.
- Ratnaningsih, Dewi dan Jogiyanto Hartono, “Conclit of interest problem in the management □ controlled Firms”, Jurnal ekonomi dan Bisnis Indonesia. Vol.243, 2001.
- Rawi, “Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Institusi, dan *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia”, Thesis, Universitas Diponegoro, Semarang, 2008.
- Sembiring, Eddy Rismanda, “Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta”, Simposium Nasional Akuntansi VIII, Solo, 2005.
- Sembiring, Eddy Rismanda, “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial”, Tesis S-2, Megister Universitas Diponegoro, Semarang, 2003.
- Sulastini, Sri, “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Social Disclosure Perusahaan Manufaktur yang Telah Go Public”, Skripsi S-1, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Semarang, 2007.
- Utomo, “Praktek Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia”, Simposium Nasional Akuntansi III, Depok, 2000.
- Yuliani, Rahma, “Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Praktek Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Indonesia”, Tesis Program Studi Megister Sains Akuntansi Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang, 2003.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Item-Item Pengungkapan CSR

KATEGORI			
Lingkungan			
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		
Energi			
1	Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi		
2	Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi		

3	Mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang		
4	Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi		
5	Pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk		
6	Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk		
7	Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan		
Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja			
1	Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja		
2	Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental		
3	Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja		
4	Mentaati peraturan standard kesehatan dan keselamatan kerja		
5	Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja		
6	Menetapkan suatu komite keselamatan kerja		
7	Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja		
8	Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja		
Lain-Lain Tentang Tenaga Kerja			
1	Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat		
2	Mengungkapkan persentase/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat managerial		
3	Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan		
4	Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat		
5	Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja		
6	Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan		
7	Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja		
8	Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan		
9	Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan		
10	Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi		
11	Pengungkapan persentase gaji untuk pension		
12	Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan		
13	Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan		
14	Mengungkapkan tingkatan managerial yang ada		

15	Mengungkapkan disposisi staff - di mana staff ditempatkan		
16	Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka		
17	Mengungkapkan statistik tenaga kerja, mis. penjualan per tenaga kerja		
18	Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut		
19	Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja		
20	Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain		
21	Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja		
22	Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan		
23	Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah		
24	Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh		
25	Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja		
26	Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan		
27	Peningkatan kondisi kerja secara umum		
28	Informasi re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja		
29	Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja		
Produk			
1	Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya		
2	Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk		
3	Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk		
4	Pengungkapan bahwa produk memenuhi standar keselamatan		
5	Mebuat produk lebih aman untuk konsumen		
6	Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan		
7	Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk		
8	Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan		
9	Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan		
10	Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (Misalnya ISO 9000)		

Keterlibatan Masyarakat			
1	Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni		
2	Tenaga kerja paruh waktu (part-time employment) dari mahasiswa/pelajar		
3	Sebagai sponsor untuk projek kesehatan masyarakat		
4	Membantu riset medis		
5	Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni		
6	Membiayai program beasiswa		
7	Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat		
8	Mensponsori kampanye nasional		
9	Mendukung pengembangan industri lokal		
Umum			
1	Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat		
2	Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas		

KATEGORI	BBCA		BDMN		ENRG		INDY		ITMG		JSMR		KLBF		MNCN		PGAS		PTBA		RALS		SMRA		TLKM		TOIL		WIKA		
	09	10	09	10	09	10	09	10	09	10	09	10	09	10	09	10	09	10	09	10	09	10	09	10	09	10	09	10	09	10	
Langkungan																															
1 Pengendalian polusi kegiatan operasi: pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2 Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi dikurangi	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3 Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
4 Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
5 Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air, dan kertas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
6 Penggunaan material daur ulang	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
7 Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
8 Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
9 Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperbaiki lingkungan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
10 Kontribusi dalam pemugaran bangunan bersejarah	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
11 Pengolahan limbah	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
12 Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
13 Perindungan lingkungan hidup	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Energi																															
1 Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2 Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
3 Mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
4 Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
5 Pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
6 Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
7 Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja																															
1 Mengurangi polusi, intasi, atau resiko dalam lingkungan kerja	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
2 Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
3 Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
4 Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
5 Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
6 Menetapkan suatu komite keselamatan kerja	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
7 Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
8 Mengungkapkan pelayan keselamatan tenaga kerja	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Lain-Lain tentang Tenaga Kerja																															
1 Perkerutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
2 Mengungkapkan persentase/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat managerial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
3 Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
4 Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
5 Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
6 Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
7 Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
8 Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
9 Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
10 Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
11 Mengungkapkan persentase gaji untuk pensiun	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
12 Mengungkapkan kebijakan pengajian dalam perusahaan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
13 Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
14 Mengungkapkan tingkatan managerial yang ada	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
15 Mengungkapkan disposisi staff - di mana staff ditempatkan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
16 Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
17 Mengungkapkan statistik tenaga kerja, mis. penjualan per tenaga kerja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
18 Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
19 Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
20 Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
21 Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
22 Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
23 Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
24 Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
25 Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
26 Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
27 Peningkatan kondisi kerja secara umum	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
28 Informasi re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
29 Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Produk																															
1 Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya																															

Lampiran 3

Daftar Nama Perusahaan yang Dijadikan Sampel

NO	KODE PERUSAHAAN	NAMA PERUSAHAAN	200□	2010
1	ADHI	Adhi Karya (Persero) Tbk	√	√
2	ADRO	Adaro Energy Tbk.	√	√
3	AKRA	AKR Corporindo Tbk.	√	√
4	ASII	Astra Internasional Tbk.	√	√
5	BBCA	Bank Central Asia Tbk.	√	√
6	BBKP	Bank Bukopin Tbk.	√	√
7	BDMN	Bank Danamon Indonesia Tbk.	√	√
8	BHIT	Bhakti Investama Tbk	√	√
9	BLTA	Berlian Laju Tanker Tbk.	√	√
10	BMRI	Bank Mandiri (Persero) Tbk.	√	√
11	BMTR	Global Mediacom Tbk.	√	√
12	BRPT	Barito Pacific Tbk.	√	√
13	CTRA	Ciputra Development Tbk.	√	√
14	DGIK	Duta Graha Indah Tbk	√	√
15	ELSA	Elnusa Tbk.	√	√
16	ENRG	Energi Mega Persada Tbk.	√	√
17	HE□A	Hexindo Adiperkasa Tbk.	√	√
18	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	√	√
19	INDY	Indika Energy Tbk.	√	√
20	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk.	√	√
21	JSMR	Jasa Marga Tbk.	√	√
22	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	-	√
23	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk.	√	√
24	PGAS	Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk)	√	√
25	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam Tbk.	√	√
26	RALS	Ramayana Lestari Sentosa Tbk.	√	√
27	SMRA	Summarecon Agung Tbk.	-	√
28	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.	√	√
29	TOTL	Total Bangun Persada Tbk.	√	√
30	WIKA	Wijaya Karya Tbk.	√	√
			28	30
Total Sampel			58	

Lampiran □

Rekapitulasi Data Penelitian

No.	Kode Perusahaan	V. Dependen		V. Independen					
		CSR		K. Manajemen		K. Institusi		Leverage	
		0□	10	0□	10	0□	10	0□	10
1	ADHI	0,54	0,62	0,450□	0,270□	57,97□	57,40□	0,868	0,824
2	ADRO	0,67	0,73	6,15□	6,46□	49,09□	43,91□	0,587	0,541
3	AKRA	0,62	0,65	0,50□	0,63□	70,82□	59,24□	0,632	0,627
4	ASII	0,65	0,76	0,04□	0,04□	50,11□	50,11□	0,450	0,480
5	BBCA	0,32	0,35	0,26□	0,29□	47,15□	47,15□	0,901	0,832
6	BBKP	0,24	0,30	0,220□	0,290□	75,68□	74,85□	0,932	0,939
7	BDMN	0,38	0,43	0,164□	0,163□	67,42□	67,42□	0,839	0,843
8	BHIT	0,37	0,46	11,71□	17,51□	57,58□	56,93□	0,393	0,412
9	BLTA	0,37	0,37	0,04□	0,02□	54,56□	37,95□	0,752	0,759
10	BMRI	0,21	0,25	0,600□	0,590□	66,77□	66,68□	0,911	0,906
11	BMTR	0,38	0,44	0,64□	0,880□	75,62□	75,33□	0,315	0,366
12	BRPT	0,48	0,56	0,430□	0,490□	60,01□	60,01□	0,470	0,509
13	CTRA	0,40	0,51	0,20□	0,20□	38,70□	38,71□	0,186	0,227
14	DGIK	0,35	0,41	2,89□	2,89□	64,40□	64,40□	0,386	0,504
15	ELSA	0,63	0,70	0,120□	0,040□	78,25□	78,25□	0,543	0,470
16	ENRG	0,51	0,59	0,01□	0,97□	42,07□	47,70□	0,827	0,499
17	HE□A	0,46	0,57	0,202□	0,202□	76,21□	78,71□	0,577	0,544
18	INDF	0,46	0,52	0,050□	0,060□	50,05□	50,05□	0,616	0,474
19	INDY	0,48	0,54	7,500□	7,920□	73,10□	63,10□	0,543	0,524
20	ITMG	0,54	0,62	0,018□	0,0047□	73,72□	65,00□	0,343	0,338
21	JSMR	0,46	0,56	1,356□	0,650□	70,00□	70,00□	0,521	0,559
22	KLBF	0,52	0,57	–	0,020□	56,74□	56,64□	0,261	0,179
23	MNCN	0,33	0,38	0,35□	0,42□	78,50□	78,68□	0,361	0,337
24	PGAS	0,57	0,63	0,007□	0,031□	56,97□	56,96□	0,554	0,529
25	PTBA	0,49	0,54	0,183□	0,018□	65,02□	65,02□	0,284	0,262
26	RALS	0,19	0,21	3,70□	3,66□	56,10□	55,88□	0,230	0,231
27	SMRA	0,11	0,14	–	0,30□	32,53□	38,44□	0,613	0,649
28	TLKM	0,52	0,59	0,001□	0,001□	52,47□	52,47□	0,493	0,434
29	TOTL	0,41	0,48	3,70□	3,803□	64,60□	65,10□	0,618	0,622
30	WIKA	0,44	0,49	0,218□	0,26□	68,42□	66,65□	0,713	0,695

No.	Kode Perusahaan	V. INDEPENDEN										
		Size		E□ Operasi		Umur		Pro file	D.Komisaris		Pro fitabilitas	
		0□	10	0□	10	0□	10		0□	10	0□	10
1	ADHI	12,750	12,693	0,029	0,039	5	6	0	4	5	0,073	0,099
2	ADRO	13,627	13,609	0,041	0,039	1	2	1	6	6	0,162	0,089
3	AKRA	12,782	12,885	0,046	0,041	15	16	1	3	3	0,031	0,025
4	ASII	13,949	14,053	0,102	0,093	19	20	1	7	7	0,102	0,111
5	BBCA	14,451	14,511	0,436	0,471	9	10	0	5	5	0,352	0,418
6	BBKP	13,570	13,677	0,625	0,531	16	17	0	6	6	0,098	0,129
7	BDMN	13,994	14,073	0,775	0,666	20	21	0	8	7	0,121	0,208
8	BHIT	13,233	13,22	0,867	0,772	12	13	0	5	5	-0,009	0,038
9	BLTA	12,398	12,453	0,053	0,051	19	20	1	4	4	-0,462	-0,235
10	BMRI	14,596	14,653	0,409	0,392	6	7	0	6	7	0,319	0,32
11	BMTR	13,13	13,113	0,859	0,766	14	15	1	8	8	0,031	0,091
12	BRPT	13,219	13,205	0,036	0,032	16	17	1	5	5	0,039	-0,033
13	CTRA	12,932	12,972	0,237	0,232	15	16	0	6	6	0,853	0,152
14	DGIK	12,175	12,292	0,04	0,042	2	3	0	5	5	0,052	0,052
15	ELSA	12,624	12,566	0,073	0,065	1	2	1	5	5	0,127	0,015
16	ENRG	13,011	13,07	0,108	0,123	5	6	1	5	5	-1,197	-0,05
17	HE□A	12,254	12,338	0,121	0,088	14	15	1	3	3	0,121	0,1
18	INDF	13,606	13,675	0,145	0,149	15	16	1	10	10	0,056	0,077
19	INDY	13,068	13,059	0,172	0,18	1	2	1	5	6	0,292	0,205
20	ITMG	13,079	13,037	0,089	0,107	2	3	1	6	6	0,222	0,122
21	JSMR	13,209	13,278	0,589	0,546	2	3	0	6	6	0,269	0,273
22	KLBF	12,812	12,847	0,324	0,33	18	19	1	6	6	0,102	0,126
23	MNCN	12,883	12,914	0,845	0,755	2	3	1	5	5	0,098	0,15
24	PGAS	13,457	13,506	0,174	0,177	6	7	1	5	5	0,346	0,316
25	PTBA	12,907	12,941	0,145	0,17	7	8	1	5	5	0,305	0,254
26	RALS	12,506	12,542	0,256	0,27	13	14	0	4	4	0,078	0,074
27	SMRA	12,649	12,788	0,239	0,218	1	2	0	6	5	0,134	0,138
28	TLKM	13,99	13,999	0,663	0,672	14	15	1	5	5	0,168	0,168
29	TOTL	12,11	12,201	0,045	0,062	3	4	0	8	6	0,03	0,052
30	WIKA	12,756	12,798	0,024	0,032	2	3	0	5	5	0,029	0,047

Lampiran □

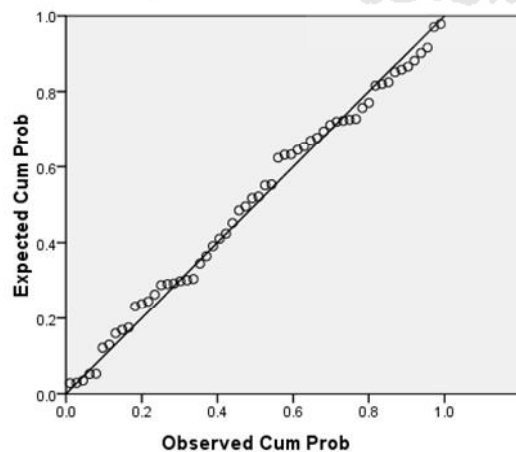
Analisis Deskriptif □ Uji Asumsi Klasik □ dan Hasil Analisis Regresi

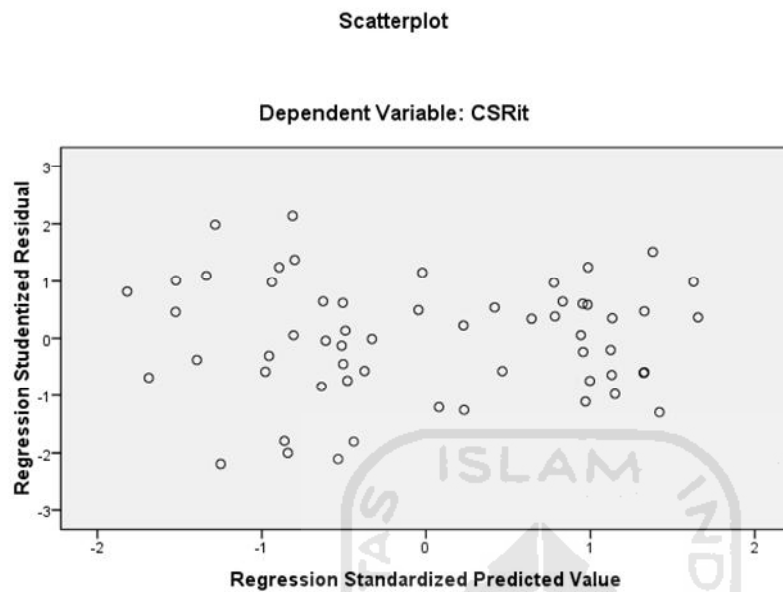
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSRit	58	.140	.760	.47310	.140503
MNJit	58	.00100	17.51000	1.5653638	3.18875040
INSTit	58	37.95	78.71	60.8638	11.62268
LEVit	58	.18	.94	.5507	.20825
Siit	58	12.11	14.65	13.1595	.63529
EOit	58	.02	.87	.2786	.27264
AGEit	58	1.00	21.00	9.6724	6.57851
PROFit	58	.00	1.00	.5690	.49955
KOMit	58	3.00	10.00	5.5345	1.45356
PMit	58	-1.20	.85	.1079	.24343
Valid N (listwise)	58				

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: CSRit





Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	MNJit	.808	1.238
	INSTit	.578	1.731
	LEVit	.404	2.478
	Si \bar{c} it	.308	3.247
	EOit	.460	2.173
	AGEit	.786	1.273
	PROFit	.528	1.893
	KOMit	.782	1.279
	PMit	.539	1.856

a. Dependent Variable: CSRit

Regression

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PMit , MNJit, INSTit, KOMit , LEVit, AGEit, EOit, PROFit , Si \square eit ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.686 ^a	.471	.372	.111332	1.418

a. Predictors: (Constant), PMit , MNJit, INSTit, KOMit , LEVit, AGEit, EOit, PROFit , Si \square eit

b. Dependent Variable: CSRit

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.530	9	.059	4.754	.000 ^a
	Residual	.595	48	.012		
	Total	1.125	57			

a. Predictors: (Constant), PMit , MNJit, INSTit, KOMit , LEVit, AGEit, EOit, PROFit , Si \square eit

b. Dependent Variable: CSRit

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.297	.524		-.566	.574
	MNJit	.006	.005	.139	1.191	.239
	INSTit	.001	.002	.094	.679	.501
	LEVit	-.079	.111	-.117	-.710	.481
	Si _{it}	.054	.042	.246	1.298	.200
	EOit	-.238	.080	-.461	-2.979	.005
	AGEit	.000	.003	-.029	-.243	.809
	PROFit	.136	.041	.483	3.343	.002
	KOMit	.002	.011	.025	.214	.832
	PMit	.013	.083	.023	.159	.875

a. Dependent Variable: CSRit

