FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN INFORMASI SOSIAL DALAM LAPORAN TAHUNAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR GO PUBLIK DI BURSA EFEK INDONESIA

NASKAH PUBLIKASI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

HADI WARTONO

B 200 070 245

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca naskah publikasi dengan judul:

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN INFORMASI SOSIAL DALAM LAPORAN TAHUNAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR GO PUBLIK DI BURSA EFEK INDONESIA.

Yang ditulis oleh

HADI WARTONO
B 200 070 245

Penandatangan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 14 Juli 2012

Pembimbing Utama	Co Pembimbing
(Drs. M. Abdul Aris, M.Si.)	**(Eny Kusumawati, S.E., Ak.)**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. Triyono, M.Si.)

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN INFORMASI SOSIAL DALAM LAPORAN TAHUNAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR GO PUBLIK DI BURSA EFEK INDONESIA

HADI WARTONO
B 200 070 245

Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh ukuran dewan komisaris, *leverage*, ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusi terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur di Indonesia.

Populasi penelitian ini semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010 yang tercantum dalam *Indonesian Capital Market Directory* (2010), berjumlah 148 perusahaan. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI digunakan sebagai populasi, karena perusahaan tersebut mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan tahunan kepada pihak luar perusahaan. Sampel diambil dengan teknik *purposive sampling*, berdasarkan kriteria yang ditetapkan diperoleh sampel sebanyak 38 perusahaan. Metode analisa data yang digunakan adalah model analisis regresi berganda, dengan bantuan program *SPSS for Windows Release 16.0*.

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Nilai *adjusted* R^2 sebesar 49,0%, sisanya sebesar 51,0% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model yang diteliti.

Kata kunci: pengungkapan tanggung jawab sosial, ukuran dewan komisaris, *leverage*, ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, kepemilikan manajemen, kepemilikan institusi

1. PENDAHULUAN

Pengungkapan (*disclosure*) dalam proses pelaporan keuangan tahunan perusahaan, merupakan aspek kualitatif yang sangat diperlukan pemakai informasi laporan keuangan. Pengungkapan ada yang bersifat wajib

(*mandatory*), yaitu pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*), merupakan pilihan bebas manajemen perusahaan untuk memberikan informasi akuntansi dan informasi lainnya yang dipandang relevan untuk pengambilan keputusan oleh para pemakai laporan keuangan (Almilia dan Retrinasari, 2007).

Gozhali dan Cahriri (2007: 399), menyebutkan bahwa dalam beberapa dekade terakhir ini telah terjadi semacam evolusi dalam praktik pelaporan keuangan yaitu semakin banyak informasi yang diungkapkan dalam pelaporan keuangan melalui pengungkapan sukarela. Salah satu aspek yang diungkapkan secara sukarela tersebut adalah informasi tentang aspek sosial dan lingkungan berkaitan dengan kegiatan bisnis yang dijalankan perusahaan.

Gray *et. al.* (1987) dalam Sembiring (2005), menjelaskan bahwa tumbuhnya kesadaran publik akan peran perusahaan di tengah masyarakat melahirkan kritik karena menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat *safety* produk, serta hak dan status tenaga kerja. Tekanan dari berbagai pihak memaksa perusahaan untuk menerima tanggung jawab atas dampak aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat. Perusahaan dihimbau untuk bertanggung jawab terhadap pihak yang lebih luas dari pada kelompok pemegang saham dan kreditur saja.

Penelitian ini merupakan penelitian lanjutan dari penelitian yang dilakukan oleh Sitepu dan Siregar (2009) dan Rawi dan Muchlish (2010). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran dewan komisaris, *leverage*, ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusi terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan *(Corporate Social Responsibility)*

Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Resposibility* (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 dan Muchlish (2010)).

Untung (2008: 25) menjelaskan, *Corporate Social Resposibility* sebagai sebuah gagasan menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*, yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*).

2.2. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* (Mathews, 1995) atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham (Sembiring, 2005).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dikemukakan oleh Hackstone dan Milne (1996) terdiri dari tujuh kategori, yang meliputi: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Ketujuh kategori tersebut terbagi dalam 90 *item* pengungkapan, namun berdasarkan peraturan Bapepam No. VIII. G. 2. tentang laporan tahunan dan kesesuaian *item* tersebut untuk diaplikasikan di Indonesia maka penyesuaian kemudian dilakukan. Dua belas *item* dihapuskan karena kurang sesuai untuk diterapkan dengan kondisi di Indonesia sehingga

secara total tersisa 78 *item* pengungkapan. Tujuh puluh delapan *item* tersebut kemudian disesuaikan kembali dengan masing-masing sektor industri sehingga *item* pengungkapan yang diharapkan dari setiap sektor berbeda-beda (Sembiring, 2005).

2.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dampak sosial yang ditimbulkan oleh masing-masing perusahaan tidak selalu sama, mengingat banyak faktor yang membedakan satu perusahaan dengan perusahaan lain sekalipun mereka berada dalam satu jenis usaha yang sama. Faktor-faktor yang membedakan perusahaan disebut juga karakteristik perusahaan. Semakin kuat karakteristik yang dimiliki suatu perusahaan tersebut dalam menghasilkan dampak sosial bagi publik, tentunya akan semakin kuat pula pemenuhan tanggung jawab sosialnya kepada publik (Veronica, 2009).

3. PENGEMBANGAN HIPOTESIS

3.1. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan (Mulyadi (2002) dalam Sulastini (2007)).

Collier dan Gregory (1999), menyebutkan semakin besar jumlah anggota dewan komisaris maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukkan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Penelitian yang dilakukan Sembiring (2005), Sitepu dan Siregar (2009) serta Sari dan Kholisoh (2009), menemukan pengaruh

yang positif antara kedua variabel tersebut, sedangkan Waryanto (2010), tidak menemukan pengaruh. Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H_1 = Ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

4.2. Pengaruh *Leverage* dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Leverage menunjukan proporsi atas penggunaan hutang untuk membiayai investasinya. *Leverage* dapat diukur dengan berbagai cara yaitu *Debt Ratio* dan *Debt to Equity Ratio* (Sartono, 1996: 127-128).

Teori legitimasi mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage*, kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak hutang, maka manajer berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang, dengan demikian manajemen akan mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk pengungkapan sosial (Apriwenni, 2009). Penelitian Comier dan Magnan (1999) menemukan pengaruh negatif antara kedua variabel tersebut, sedangkan Appriwenni (2009) menemukan hasil positif. Hal ini berbeda dengan penelitian Sembiring (2005), Sitepu dan Siregar (2009) serta Rawi dan Muchlish (2010) yang tidak menemukan adanya pengaruh. Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H_2 = *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

4.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Ukuran perusahaan (*size*) menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan, yang dapat dilihat dari jumlah aktiva (aktiva tetap, tidak berwujud dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar (Cahyonowati (2003) dalam Rahajeng (2010)).

Untuk mendapatkan legitimasi, perusahaan besar akan melakukan aktivitas sosial lebih banyak agar mempunyai pengaruh terhadap pihak-pihak internal maupun eksternal yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan. Sedangkan teori keagenan menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar daripada perusahaan kecil. Perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut (Sembiring, 2005). Penelitian Sembiring (2005) dan Sari dan Kholisoh (2009) menemukan pengaruh positif antara kedua variabel tersebut. Namun, Anggraini (2006), Nurkhin (2008) serta Sitepu dan Siregar (2009) tidak menemukan pengaruh. Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H_3 = Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

4.4. Pengaruh Profitabilitas dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 1996: 130).

Secara teoritis, Kokobu *et. al.* (2001) dalam Sembiring (2005) menjelaskan terdapat hubungan positif antara kinerja ekonomi suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas, untuk mengurangi biaya keagenan yang muncul. Penelitian Nurkhin (2008) dan Sitepu dan Siregar (2009) berhasil menemukan pengaruh positif antara kedua variabel tersebut. Sedangkan Sembiring (2005) dan Sari dan Kholisoh (2009) tidak menemukan adanya pengaruh. Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H_4 = Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

4.5. Pengaruh Kepemilikan Manajemen dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Secara khusus kepemilikan manajemen 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 dan Muchlish (2010)).

Konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil, dalam hal ini manajer akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan. Semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut (Anggraini, 2006). Penelitian Anggraini (2006) dan Rawi dan Muchlish (2010), menemukan pengaruh yang positif antara kedua variabel tersebut, namun Barnea and Rubin (2006) menemukan pengaruh yang negatif. Sedangkan penelitian Apriwrenni (2009) tidak menemukan adanya pengaruh. Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H_5 = Kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

4.6. Pengaruh Kepemilikan Instisusi dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Kepemilikan Institusi 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 dan Muchlish (2010)).

Komposisi kepemilikan saham memiliki dampak yang penting pada sistem kendali perusahaan. Grief dan Zychowicz (1994) dalam Rawi dan Muchlish (2010), menyebutkan 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 terbatas.

Berlainan dengan pendapat tersebut Novita dan Djakman (2008), menyebutkan perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen. Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan dan diharapkan juga dapat bertindak sebagai pencegahan terhadap pemborosan yang dilakukan oleh manajemen. Ini berarti kepemilikan institusi dapat menjadi pendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian Rawi dan Muchlish (2010), Novi dan Djakman (2008) serta Nurkhin (2008) tidak menemukan pengaruh antara kedua variabel tersebut, namun Khomsiyah (2003) menemukan adanya pengaruh positif. Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H_6 = Kepemilikan institusi berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

5. METODE PENELITIAN

5.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian *asosiatif kausal*. Menurut Sugiyono (2006: 11) dalam Sitepu dan Siregar (2009), penelitian *asosiatif kausal* yaitu penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain.

5.2. Populasi, Sampel dan Pengambilan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur *go public* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010. Sampel yang

digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu. Adapun kriteria pemilihan sampel pada penelitian ini adalah:

1. Perusahaan sampel merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010.
2. Perusahaan tersebut menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) 2010 dan di publikasikan dalam *website* Bursa Efek Indonesia (BEI) dan *website* resmi perusahaan.
3. Perusahaan tersebut mempunyai laba positif dari tahun 2010.
4. Memiliki data yang lengkap berkaitan dengan variabel-variabel yang digunakan.

5.3. Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya

5.3.1. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Check list* dilakukan dengan melihat kategori pengungkapan sesuai kategori Hackston dan Milne (1996) yang diadopsi pada penelitian Sembiring (2005) dan Rawi dan Muchlish (2010).

$$CSRj = \frac{\Sigma Xij}{Nj}$$

CSRj : CSR *Disclosure* perusahaan j
Nj : Jumlah *item* untuk perusahaan j, Nj = 78
Xij : *Dummy Variable*

(Haniffa *et. al.*, 2005) dalam Rawi dan Muchlish (2010)).

5.3.2. Variabel Independen

Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris dalam penelitian ini adalah jumlah anggota dewan komisaris (Sembiring (2005), Sitepu dan Siregar (2009), Sari dan Kholisoh (2009)).

Leverage

Leverage diukur dengan *Debt Ratio* sesuai penelitian Rawi dan Muchlish (2010).

$$Debt_{it} = \frac{TD_{it}}{Total\ Asset_{it}}$$

TD_{it} : Jumlah total utang perusahaan i pada periode t
$Total\ Asset_{it}$: Total aset yang dimiliki perusahaan i pada periode t

(Jensen *et. al.* (1992) dalam Rawi dan Muchlish (2010)).

Ukuran Perusahaan (*Size*)

Ukuran perusahaan diukur dengan *Ln* Total Aset sesuai penelitian Nurkhin (2008) dan serta Sitepu dan Siregar (2009).

Profitabilitas

Profitabilitas diukur dengan ROA (Sari dan Kholisoh (2009), Untari (2010)).

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$ (Sartono, 1996: 130).

Kepemilikan Manajemen

Kepemilikan manajemen diukur dengan persentase saham yang dimiliki pengelola perusahaan atau manajemen (Anggraini (2009), Apriwenni (2009), Rawi dan Muchlish (2010)).

Kepemilikan Institusi

Konsisten dengan Rawi dan Muchlish (2010), penelitian ini mengukur kepemilikan institusi dari jumlah persentase saham yang dimiliki oleh institusi pada akhir tahun.

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

INST : *Institutional Ownership*
SI : Jumlah saham insitusi
SB : Jumlah saham *blockholder*
TKS : Total keseluruhan saham

(Rawi dan Muchlish, 2010).

6. METODE ANALISIS DATA

a. Analisis Regresi Berganda
b. Uji Asumsi Klasik meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolenearitas serta Uji Heterokedastisitas.

7. HASIL DAN PEMBAHASAN

7.1. Uji Asumsi Klasik

7.1.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Sminorv* (K-S).

Model	*Kolmogorov -Sminorv Z*	Probability (p)	Kriteria	Kesimpulan
Unstandardized Residual	0,549	0,924	p > 0,05	Normal

Sumber: Data Diolah, 2012

Dari hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* diketahui bahwa nilai signifikansi atau probabilitas lebih besar dari α (0,924 > 0,05), maka dapat dinyatakan bahwa variabel dependen dan variabel independen dalam model regresi memiliki distribusi normal.

7.1.2. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan melihat besarnya *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Ukuran Dewan Komisaris (KOM)	0,720	1,389	Tidak Terjadi Multikolenearitas
Leverage (LEV)	0,789	1,267	Tidak Terjadi Multikolenearitas
Ukuran Perusahaan (SIZE)	0,454	2,204	Tidak Terjadi Multikolenearitas
Profitabilitas (PROF)	0,749	1,335	Tidak Terjadi Multikolenearitas
Kepemilikan Manajemen (MAN)	0,659	1,518	Tidak Terjadi Multikolenearitas
Kepemilikan Institusi (INST)	0,705	1,419	Tidak Terjadi Multikolenearitas

Sumber: Data Diolah, 2012

Dari hasil uji diketahui seluruh variabel independen memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi yang digunakan tidak mengandung multikolinearitas atau tidak ditemukan korelasi antar variabel bebas.

7.1.2. Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji *Glejser*. Dari hasil uji *Glejser* diketahui nilai signifikan masing-masing variabel lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

Variabel	t_{hitung}	Sig	Kriteria	Kesimpulan
Ukuran Dewan Komisaris (KOM)	-1,505	0,142	p > 0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Leverage (LEV)	-0,513	0,612	p > 0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Ukuran Perusahaan (SIZE)	1,561	0,129	p > 0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Profitabilitas (PROF)	0,626	0,536	p > 0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kepemilikan Manajemen (MAN)	-1,802	0,081	p > 0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kepemilikan Institusi (INST)	0,800	0,430	p > 0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah, 2012

7.2. Pengujian Hipotesis

Variabel	Koefisien	t_{hitung}	Sig
Konstanta	0,145	-0,665	0,511
Ukuran Dewan Komisaris (KOM)	0,003	0,439	0,664
Leverage (LEV)	-0,243	-3,451	0,002
Ukuran Perusahaan (SIZE)	0,022	1,829	0,077
Profitabilitas (PROF)	0,343	1,981	0,057
Kepemilikan Manajemen (MAN)	-0,367	-1,610	0,118
Kepemilikan Institusi (INST)	-0,145	-1,452	0,157
F Statistik	6,929		0,000
Adjusted R^2	0,490		

Sumber: Data Diolah, 2012

7.2.1 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji model regresi apakah variabel independen sudah tepat dalam mengukur variabel dependen.

Dari hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi F sebesar 0,000, hal ini menunjukkan nilai signifikansi F < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan untuk penelitian ini adalah model yang fit.

7.2.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model menjelaskan variasi variabel dependen, pada penelitian ini koefisien determinasi menggunakan nilai *adjusted* R^2.

Dari hasil analisis data diperoleh nilai *adjusted* R^2 sebesar 0,490 atau 49%. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa 49% variasi

pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dijelaskan oleh variabel ukuran dewan komisaris, *leverage*, ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusi.

7.2.3 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Untuk melihat hipotesis diterima atau ditolak dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan nilai signifikansi t dengan taraf signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 (α = 5%).

Nilai signifikansi t untuk variabel ukuran dewan komisaris sebesar 0,664 lebih besar dari 0,05 sehingga H_1 ditolak. Nilai signifikansi t untuk variabel *leverage* sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 sehingga H_2 diterima. Nilai signifikansi t untuk variabel ukuran perusahaan sebesar 0,077 lebih besar dari 0,05 sehingga H_3 ditolak. Nilai signifikansi t untuk variabel ukuran profitabilitas sebesar 0,057 lebih besar dari 0,05 sehingga H_4 ditolak. Nilai signifikansi t untuk variabel kepemilikan manajamen sebesar 0,118 lebih besar dari 0,05 sehingga H_5 ditolak. Nilai signifikansi t untuk variabel kepemilikan institusi sebesar 0,157 lebih besar dari 0,05 sehingga H_6 ditolak.

7.3. Pembahasan

7.3.1. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Dari hasil pengujian diketahui ukuran dewan komisaris mempunyai arah koefisien positif namun tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini berarti, banyak sedikitnya anggota dewan komisaris tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial. Banyak sedikitnya anggota dewan komisaris tidak menjamin adanya mekanisme pengawasan internal yang lebih baik terkait dengan kebijakan yang telah ditetapkan perusahaan, terutama yang menyangkut tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian Waryanto (2010), dan tidak mendukung penelitian Sembiring (2005), Sitepu dan Siregar (2009) serta Sari dan Kholisoh (2009) yang menemukan pengaruh positif antara ukuran dewan komisaris dengan pengungkapan tanggung jawab sosial.

7.3.2. Pengaruh *Leverage* dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Dari hasil pengujian diketahui *leverage* mempunyai arah koefisien negatif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini berarti, semakin tinggi *leverage* semakin rendah dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial.

Penelitian ini konsisten dengan Comier dan Magnan (1999), dan mendukung teori legitimasi. Penelitian ini tidak mendukung penelitian Apriwenni (2009) yang menemukan pengaruh positif, sedangkan Sembiring (2005), Sitepu dan Siregar (2009) serta Rawi dan Muchlish (2010), tidak menemukan adanya pengaruh.

7.3.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Dari hasil pengujian diketahui ukuran perusahaan mempunyai arah koefisien positif, namun tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini berarti, besar kecilnya perusahaan tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan besar maupun kecil sama-sama mengungkapkan tanggung jawab sosial.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian Nurkhin (2008) dan Sitepu dan Siregar (2009). Penelitian ini tidak mendukung penelitian Sembiring (2005) dan Sari dan Kholisoh (2009) yang menemukan pengaruh positif.

7.3.4. Pengaruh Profitabilitas dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Dari hasil pengujian diketahui profitabilitas mempunyai arah koefisien positif namun tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini berarti, tinggi rendahnya profitabilitas tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian Sembiring (2005), dan Sari dan Kholisoh (2009). Penelitian ini tidak mendukung penelitian Nurkhin (2008) dan Sitepu dan Siregar (2009).

7.3.5. Pengaruh Kepemilikan Manajemen dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Dari hasil pengujian diketahui kepemilikan manajemen mempunyai arah koefisien negatif namun tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini berarti, jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen perusahaan tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian Apriwenni (2009). Penelitian ini tidak mendukung penelitian Anggraini (2006) dan Rawi dan Muchlish (2010) yang menemukan pengaruh positif, sedangkan Barnea dan Rubin (2006) menemukan pengaruh negatif.

7.3.6. Pengaruh Kepemilkan Institusi dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dari hasil pengujian diketahui kepemilikan institusi mempunyai arah koefisien negatif namun tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini berarti, jumlah saham yang dimiliki oleh investor institusi tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian ini konsisten dengan Rawi dan Muchlish (2010), Novi dan Djakman (2008) serta Nurkhin (2008). Penelitian ini

tidak mendukung penelitian Khomsiyah (2003) yang menemukan pengaruh positif.

8. PENUTUP

8.1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dan dari analisis data yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ditunjukkan dari nilai signifikansi t sebesar 0,664. Banyak sedikitnya jumlah anggota dewan komisaris tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ditunjukkan dari nilai signifikansi t sebesar 0,002 dengan arah koefisien negatif (-0,243). Semakin tinggi *leverage* semakin rendah dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial, semakin rendah *leverage* semakin tinggi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial.
3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ditunjukkan dari nilai signifikansi t sebesar 0,077. Besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ditunjukkan dari nilai signifikansi t sebesar 0,057. Tinggi rendahnya profitabilitas tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
5. Kepemilikan manajemen tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ditunjukkan dari nilai signifikansi t sebesar 0,118. Banyak sedikitnya kepemilikan saham oleh manajemen tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
6. Kepemilikan institusi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ditunjukkan dari nilai signifikansi t sebesar 0,157. Banyak sedikitnya kepemilikan saham oleh investor institusi tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
7. Hasil uji F menunjukkan model regresi penelitian yang fit, diketahui dari nilai signifikansi F sebesar 0,000. Hal ini juga menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
8. Hasil analisis *adjusted* R^2 sebesar 0,490 yang berarti sebesar 49% variasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat

dijelaskan oleh variabel ukuran dewan komisaris, *leverage*, ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusi, sedangkan sisanya sebesar 51% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model yang diteliti.

8.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian, ada beberapa saran yang dapat dipakai untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Dilakukan penelitian yang menggabungkan seluruh sektor industri, sehingga didapat sampel penelitian yang lebih besar dengan harapan hasil penelitian dapat digeneralisasi.
2. Perluasan tahun pengamatan, agar hasil penelitian lebih dapat menjelaskan hubungan pengaruh dan keakuratan hasil penelitian.
3. Menambah variasi variabel independen yang belum digunakan dalam penelitian ini, misal *profile* perusahaan, likuiditas, kategori kantor akuntan publik, kepemilikan saham publik, umur perusahaan dan variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Almilia, L. Spica dan Ikka Retrinasari. 2007. *Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kelengkapan Pengaruh dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI*, Proceedings Seminar Nasional. FE Universitas Trisakti, Jakarta.

Anggraini, Fr. Reni Retno. 2006. *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan*. Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang.

Apriwenni, Prima. 2009. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Laporan Tahuanan Perusahaan untuk Industri Manufaktur Tahun 2008*. Dikta Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 6 No. 1. Hlm. 41-58.

Ardana, I Komang. 2008. *Business and Social Responsibility*. Buletin Studi Ekonomi Vol. 13 No. 1. FE Universitas Udayana, Denpasar. Hlm. 32-39.

Chariri, Anis dan Firman Aji Nugroho. 2009. *Retorika dalam Pelaporan Corporate Social responsibility: Analisis Semiotik atas Sustainability Reporting PT Aneka Tambang Tbk*. Disajikan pada Simposium Nasional Akuntansi XII. Palembang.

Collier, Paul and Alan Gregory. 1999. *Audit Committee Activity and Agency Costs*. Journal of Accounting and Public Policy Vol 18, pp. 311-332. Elsevier Scince Inc.

Cormier, Denis and Michel Magnan. 1999. *Corporate Environmental Disclousure Strategies: Determinant, Cost and Benefit*. Journal of Accounting, Auditing and Finance Vol. 14 No. 4, pp. 429-451.

Fama, Eugene F. and Michael C. Jensen. 1983. *Separation of Ownership and Control*. Journal of Law and Economics Vol. 26 No. 2, pp. 301-325. The University of Chicago Press. http://www.jstor.org/stable/725104.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Ghozali, Imam dan Anis Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Satu. Yogyakarta: BPFE-UGM.

Khomsiyah. 2003. *Hubungan Corporate Governance dan Pengungkapan Informasi: Pengujian Secara Simultan*. Simposium Nasional Akuntansi VI. Surabaya.

Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG). 2006. *Pedoman Umum Good Corporate Governance Indonesia*.

Lako, Andreas. 2011. *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Lang, Mark and Russell Lundholm. 1993. *Cross-Sectional Determinants of Analyst Ratings of Corporate Disclosures*. Journal of Accounting Research Vol. 31 No. 2, pp. 246-271. http://www.jstor.org/stable/249127.

Novita dan Chaerul D. Djakman. 2008. *Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) pada laporan Tahunan Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak.

Nurkhin, Ahmad. 2010. *Corporate Governance dan Profitabilitas, Pengaruhnya terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.* Jurnal Dinamika Akuntansi Vol. 2 No. 1. FE UNNES, Semarang. Hlm. 46-55.

Nurlela, Rika dan Islahuddin. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating*. Simposium Nasional akuntansi XI. Pontianak.

Rahajeng, Rahmi Galuh. 2010. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) dalam Laporan Tahuanan Perusahaan.* Skripsi. FE UNDIP, Semarang.

Rawi dan Munawar Muchlish. 2010. *Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusi, Leverage dan Corporate Social Responsibility*. Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto.

Rustiarini, Ni Wayan. 2010. *Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto.

Sari, Nur Maemunah Permata dan Luluk Kholisoh. 2009. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Corporate Sosial Responsibility Disclosure pada Perusahaan Manufaktur*. Jurnal Online. FE Universitas Gunadarma, Jakarta. http://www.gunadarma.ac.id/library/.

Sartono, Agus. 1996. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi ketiga. Yogyakarta: BPFE.

Sekaran, Uma. 2009. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Buku 1 Edisi 4. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Sekaran, Uma. 2009. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Buku 2 Edisi 4. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

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

Sitepu, Andre Christian dan Hasan Sakti Siregar. 2009. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Tahunan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta*. Jurnal Online. FE USU, Medan. repository.usu.ac.id/.

Sitepu, Andre Christian. 2009. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Tahunan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta*. Skripsi. FE USU, Medan.

Suchman, Mark C. 1995. *Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches*. The Academy of Management Review Vol. 20 No. 3. pp. 571-610. http://www.jstor.org/stable/258788.

Sulastini, Sri. 2007. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Social Disclosure Perusahaan Manufaktur yang Telah Go Public*. Skripsi. FE UNNES, Semarang.

Suwardjono. 2008. *Teori Akuntansi Perekayasaan Laporan Keuangan*. Edisi ketiga. Yogyakarta: BPFE.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

Untari, Lisna. 2010. *Effect on Company Characteristics Corporate Social Responsibility Disclosures in Corporate Annual Report of Consumption Listed in Indonesia Stock Exchange*. Jurnal Online. FE Universitas Gunadarma, Jakarta. papers.gunadarma.ac.id/index.php/economy/article/.

Untung, Hendrik Budi. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.

Veronica, Theodora Martina. 2009. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdapat di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Online. FE Universitas Gunadarma, Jakarta. http://www.gunadarma.ac.id/library/.

Waryanto. 2010. *Pengaruh Karakteristik Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Di Indonesia*. Skripsi. FE UNDIP, Semarang.

http://www.idx.co.id/.

http://www.google.com/.