

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA**

**Nadiyah Lutfi Wakid
Iwan Triyuwono
Prihat Assih**

**Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Jl. MT. Haryono 165 Malang, Telp 081333610048;
e-mail: nadiahnads86@gmail.com**

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) is the liability of an organization that not only provide goods and services that are good for society, but also maintain the quality of the social environment and physical, and also give contribute to community welfare which they are life. The disclosure of corporate social responsibility become a liability for the company in the form PT by UU Perseroan No. 40 Year 2007 about Perseroan Terbatas, Bab V, Pasal 74. The aim of this research is to test and find the effect of size company, profitability, profile company, size board of commissioners, and leverage financial toward to disclosure of corporate social responsibility on manufacturing companies. Population of this research is manufacturing comoanies year 2008-2011. This research used judgement sampling techniques and obtained sample of 30 companies. Analysis tool used multiple regression analysis and measurement for disclosure of CSR used GRI indicators. The results show that leverage financial influence on the disclosure of corporate social responsibility. In contrast, size company, profitability, profile company, and size board of commissioners has not influence toward to disclosure of corporate social responsibility.

Keywords : size company, profitability, profile company, size board of commissioners, leverage financial, Corporate Social Responsibility

ABSTRAK

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan kewajiban organisasi yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat, tetapi juga mempertahankan kualitas lingkungan sosial maupun fisik, dan juga memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan komunitas tempat mereka berada. Pengungkapan tanggung jawab sosial menjadi suatu kewajiban bagi perusahaan berbentuk PT berdasarkan UU Perseroan No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Bab V, Pasal 74. Penelitian ini bertujuan untuk untuk menguji dan membuktikan pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan leverage

keuangan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur. Populasi penelitian adalah perusahaan manufaktur tahun 2008-2011. Penelitian ini menggunakan teknik judgement sampling dan diperoleh sampel sebanyak 30 perusahaan. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan pengukuran pengungkapan CSR menggunakan indikator GRI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage keuangan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sementara ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, dan ukuran dewan komisaris tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

Kata Kunci : ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, leverage keuangan, Corporate Social Responsibility

PENDAHULUAN

Seiring dengan perubahan kondisi lingkungan dan ekonomi pada dunia usaha seperti tingkat persaingan yang tinggi, biaya ekonomi yang tinggi, adanya undang-undang perburuhan, dan reformasi birokrasi, maka perusahaan diharuskan untuk lebih transparan dalam mengungkapkan informasi perusahaannya. Peran perusahaan tidak hanya untuk memperoleh keuntungan saja, tetapi juga harus menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat sosial. Kondisi ini menjadikan fungsi tanggung jawab sosial perusahaan menjadi semakin penting untuk diperhatikan dan diimplementasikan. Agar perusahaan dapat bersaing, harus lebih transparan dalam mengungkapkan informasi perusahaannya sehingga akan lebih mudah untuk mengantisipasi kondisi di luar perusahaan yang terus mengalami perubahan.

Salah satu informasi yang perlu diungkapkan demi keberlangsungan perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility* atau *CSR*). Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan keseluruhan hubungan perusahaan dengan semua *stakeholdernya*, yang meliputi antara lain konsumen, masyarakat, pemilik/investor, pemerintah, dan pemasok.

Menurut Pambudi (2006), terdapat berbagai variasi cara pandang perusahaan terhadap CSR, apakah hal ini dianggap sebagai hal yang penting atau tidak. Cara pandang ini selanjutnya akan memengaruhi praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan dan juga akan berdampak pada pengungkapan CSR yang disusunnya. Sejauh ini terdapat tiga cara perusahaan memandang CSR. Pertama, sebagai strategi

perusahaan yang pada akhirnya mendatangkan keuntungan. Kedua, sebagai *compliance* (kewajiban) karena nantinya ada hukum yang memaksa penerapannya. Ketiga, yang melakukannya *beyond compliance* karena perusahaan merasa sebagai bagian dari komunitas.

Perusahaan yang menjalankan model bisnisnya dengan berpijak pada prinsip-prinsip etika bisnis dan manajemen pengelolaan sumber daya alam yang strategik dan *sustainable* akan dapat menumbuhkan citra positif serta mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat (Wibisono, 2007: 66). Selain tuntutan masyarakat, tekanan dari pemerintah juga berperan dalam mendorong perusahaan untuk memperhatikan tanggung jawab sosialnya (Cahyandito dan Ebinger, 2005). Tekanan pemerintah ini diwujudkan dalam berbagai peranan dan undang-undang yang mengatur perusahaan dengan lingkungan sosialnya yaitu dinyatakan dalam Undang-undang No. 40 Tahun 2007, tentang Perseroan Terbatas, Bab V, Pasal 74. Dalam pasal tersebut dijelaskan tanggung jawab sosial dan lingkungan dari perusahaan atas eksistensinya dalam kegiatan bisnis. Kemudian agar dapat berkesinambungan, perusahaan sangat perlu mempertimbangkan lingkungan sosialnya dalam setiap keputusan yang diambil.

Salah satu media yang dapat digunakan untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan perusahaan adalah melalui laporan tahunan perusahaan yang diterbitkan oleh perusahaan, yang berpedoman kepada standar yang telah dikeluarkan dan diatur oleh IAI, karena secara implisit telah mengakomodasi hal tersebut. Sebagaimana tertulis pada PSAK No. 1 Paragraf 9 yang menyatakan bahwa perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*). Khususnya bagi industri, faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Berdasarkan PSAK No. 1 Paragraf 9, perusahaan-perusahaan di Indonesia dapat melaporkan kegiatan sosialnya untuk dikomunikasikan kepada pihak luar dalam bentuk laporan nilai tambah sehingga dapat dipahami bahwa upaya untuk pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan sudah diakomodasi oleh profesi akuntan di Indonesia.

Bagi pihak-pihak di luar manajemen suatu perusahaan, laporan keuangan merupakan jendela informasi yang memungkinkan mereka untuk mengetahui kondisi

suatu perusahaan pada suatu masa pelaporan. Informasi yang didapat dari suatu laporan keuangan perusahaan bergantung pada tingkat pengungkapan (*disclosure*) dari laporan keuangan yang bersangkutan. Pengungkapan informasi dalam laporan keuangan harus memadai agar dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan sehingga menghasilkan keputusan yang cermat dan tepat. Perusahaan diharapkan untuk dapat lebih transparan dalam mengungkapkan informasi keuangan perusahaannya sehingga dapat membantu para pengambil keputusan, seperti investor, kreditor, dan pemakai informasi lainnya dalam mengantisipasi kondisi ekonomi yang semakin berubah.

Pengungkapan dalam laporan keuangan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan wajib adalah ketentuan yang harus diikuti oleh setiap perusahaan atau institusi yang berisi tentang hal-hal yang harus dicantumkan dalam laporan keuangan menurut standar yang berlaku. Sebaliknya, pengungkapan yang bersifat sukarela ini tidak disyaratkan oleh standar, tetapi dianjurkan dan akan memberi nilai tambah bagi perusahaan yang melakukannya. Pengungkapan sukarela sering muncul karena adanya kesadaran masyarakat akan lingkungan sekitar. Sehingga keberhasilan perusahaan tidak hanya pada laba saja tetapi juga ditentukan pada kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya (Yuliani, 2003). Dan pengungkapan sukarela berupa laporan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Secara implementatif, perkembangan CSR di Indonesia masih membutuhkan banyak perhatian bagi semua pihak, baik pemerintah, masyarakat luas, dan perusahaan karena masih banyak perusahaan yang belum menerapkan konsep CSR dalam kegiatan perusahaan. Dalam hal ini CSR masih merupakan bagian lain dari manajemen perusahaan sehingga keberadaannya dianggap tidak memberikan kontribusi positif terhadap kelangsungan perusahaan. Padahal sesuai dengan Undang-undang yang ada, keberadaan CSR melekat secara *inherent* dengan manajemen perusahaan sehingga bidang kegiatan dalam CSR pun masih dalam kontrol manajemen perusahaan (Mapisangka, 2009: 40). Masih banyak juga perusahaan yang menganggap pengungkapan CSR sebagai pengeluaran biaya (*cost center*) dan tidak memberikan hasil keuangan (laba) dalam jangka pendek. Namun pengungkapan CSR akan memberikan

hasil baik langsung maupun tidak langsung dalam keuangan di masa mendatang, serta citra baik yang dihasilkan oleh perusahaan yang melaksanakan program CSR sehingga perusahaan mendapatkan kepercayaan dari investor dan masyarakat.

Daniri (2008: 27) menyatakan tiga alasan penting bagi perusahaan untuk merespon dan mengembangkan tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya. Alasan pertama, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Alasan kedua adalah kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Alasan ketiga adalah kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk mengurangi atau bahkan menghindari konflik sosial.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh banyak faktor, yang dapat diindikasikan dari karakteristik perusahaan. Dari penelitian terdahulu juga dapat diketahui bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial masih bersifat sukarela (*voluntary disclosure*). Hal ini karena belum kuatnya peraturan yang mewajibkan perusahaan untuk melaporkan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan perusahaan. Padahal, pengungkapan tanggung jawab sosial sangat berkaitan dengan eksistensi perusahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya. Oleh karena itu, sangat diperlukan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keinginan perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial.

Beberapa penelitian terdahulu masih terdapat ketidak konsistenan hasil penelitian atas faktor-faktor yang memengaruhi tanggung jawab sosial sehingga perlu diuji ulang dengan sampel dan periode yang berbeda. Pengujian ulang ditujukan untuk menyakini bahwa faktor-faktor dalam karakteristik perusahaan tersebut benar-benar berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dimana faktor-faktor tersebut dapat digunakan sebagai indikator dan informasi bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi saham. Hasil yang beragam tersebut, mungkin dikarenakan perbedaan sifat variabel independen dan variabel dependen yang diteliti, perbedaan periode pengamatan, jenis pengungkapan, peraturan yang berlaku, dan/atau perbedaan dalam metodologi statistik yang digunakan.

Faktor-faktor yang diamati dalam penelitian ini adalah ukuran, profitabilitas, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan *leverage* keuangan. Menggunakan periode pengamatan yang lebih baru, yaitu tahun 2008-2011. Karena pada periode tahun tersebut masih terdapat beberapa perusahaan manufaktur yang memiliki permasalahan dengan lingkungan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar di lingkup operasional perusahaan. Dan untuk menyakinkan bahwa faktor-faktor tersebut benar-benar dapat menggambarkan penyebab perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Dalam penelitian ini pengungkapan CSR diukur dari *Sustainability Reporting* yang menggunakan indikator *Global Report Initiative* (GRI) yang terdiri dari aspek ekonomi, lingkungan, ketenagakerjaan, hak asasi manusia, kemasyarakatan, dan tanggung jawab produk. Indikator GRI ini dipilih karena merupakan paduan pelaporan perusahaan untuk mendukung pembangunan berkesinambungan yang digagas oleh PBB lewat *Coalition for Environmentally Responsible Economics* (CERES) dan UNEP pada tahun 1997, dan telah diakui oleh perusahaan di dunia. Sedangkan objek penelitian yang digunakan juga difokuskan pada perusahaan manufaktur, dengan alasan perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang memiliki aktivitas yang kompleks sehingga memungkinkan perusahaan melakukan aktivitas sosial dan pengungkapan CSR, dalam laporan keuangannya, secara lebih transparan. Selain itu, perusahaan manufaktur *go public* di BEI juga sangat besar sehingga menyediakan jumlah sampel yang lebih besar, yang diharapkan mampu menghasilkan tingkat generalisasi yang lebih baik dibandingkan penelitian sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang bisa dirumuskan adalah “Apakah terdapat pengaruh karakteristik (ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan *leverage* keuangan) perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur?” maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan membuktikan pengaruh karakteristik (ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan *leverage* keuangan) perusahaan terhadap tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur.

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Dimana ukuran perusahaan adalah suatu skala atau nilai untuk mengklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan indikator tertentu, antara lain total aktiva, *log size*, nilai saham, jumlah tenaga kerja, penjualan, dan kapitalisasi pasar.

Teori legitimasi memiliki alasan tentang hubungan ukuran dan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR). Perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki lebih banyak pemegang saham yang punya perhatian terhadap program sosial yang dilakukan perusahaan dan laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi ini (Cowen *et al.*, 1987).

Ukuran perusahaan juga dapat diukur dengan jumlah tenaga kerja yang dimiliki perusahaan (Sembiring, 2005). Pada penelitian ini ukuran perusahaan dinyatakan dengan jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan manufaktur yang sudah terdaftar di BEI. Digunakannya jumlah tenaga kerja untuk mengukur ukuran perusahaan karena dengan semakin banyaknya tenaga kerja, menunjukkan bahwa kegiatan operasional perusahaan semakin luas sehingga dengan karyawan yang semakin banyak akan dapat digunakan untuk meningkatkan pendapatan dan kekayaan perusahaan. Jumlah karyawan yang semakin tinggi juga membutuhkan penanganan karyawan, seperti peningkatan kesejahteraan, pemenuhan kewajiban, dan pengaturan hak asasi pekerja yang semakin baik sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi semakin besar.

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Profitabilitas

Kusnadi *et al.* (2002: 117) menjelaskan bahwa profitabilitas merupakan hasil akhir dari keseluruhan kebijakan dan keputusan yang dipilih oleh manajemen organisasi bisnis. Seluruh kebijakan apapun yang ada di dalam organisasi jika berjalan baik dan berdampak positif akan menghasilkan kinerja yang efektif dan efisien sehingga akan menghasilkan tingkat keuntungan perusahaan yang memuaskan. Tujuan perhitungan

rasio profitabilitas bertujuan untuk mengetahui kemampuan bank dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektivitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan (Sawir, 2005: 31).

Donovan dan Gibson (2000) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan.

Ukuran yang banyak digunakan untuk profitabilitas adalah menggunakan rasio ROE (Nurkhin, 2007: 36). Digunakannya ROE sebagai alat ukur profitabilitas karena ROE menggambarkan keuntungan yang diperoleh dengan modal sendiri (Sutrisno, 2003:255). Hal ini berarti informasi ROE dapat digunakan oleh investor dalam menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atas investasi yang dilakukan, dan karena ROE dihitung dari laba bersih, besarnya keuntungan yang dihitung, sudah mempertimbangkan biaya sosial yang dikeluarkan oleh perusahaan.

H₂: Profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Profil Perusahaan

Profil perusahaan adalah uraian tentang bidang operasi yang dijalankan oleh perusahaan (Rahman dan Widyasari, 2008: 29). Hubungan antara profil perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dikaitkan dengan variasi dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Industri *high profile* sebagai industri yang memiliki *consumer visibility*, risiko politik yang tinggi, atau kompetisi yang tinggi akan lebih memperhatikan pertanggungjawaban sosialnya kepada masyarakat karena hal ini akan meningkatkan citra perusahaan dan dapat memengaruhi tingkat penjualan. Kaitan teori legitimasi dengan profil perusahaan, bahwa profil perusahaan mempengaruhi pandangan politis. Hal ini akan membuat pengungkapan sosial menangkal tekanan yang tak semestinya dan kritikan dari aktivitas sosial (Zainuddin, 2007: 25).

Hackston dan Milne (1996) mendefinisikan *high profile companies* sebagai perusahaan yang memiliki *consumer visibility*, tingkat risiko politik dan tingkat kompetisi yang tinggi. Kebalikannya, *low profile companies* didefinisikan sebagai perusahaan yang memiliki tingkat *consumer visibility* dan *political visibility* yang rendah. Berdasarkan definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa keberadaan *stakeholders* yang dimiliki perusahaan antara lain konsumen, pesaing, dan pihak-pihak lain yang dapat melakukan tekanan politik, dapat menjadi faktor penentu utama terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

Proksi tipe industri dalam penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Novita dan Djakman (2008), yaitu *high profile* atau *low profile*. *High profile* diartikan sebagai industri di bidang migas, pertambangan, kertas, agrobisnis, dan telekomunikasi, kimia, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, kesehatan serta transportasi, dan pariwisata. Tipe perusahaan tersebut sering memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya yang memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Masyarakat umumnya lebih sensitif terhadap tipe industri ini karena kelalaian perusahaan dapat membawa akibat yang fatal bagi masyarakat. Klasifikasi ini dipilih karena cukup mampu menggambarkan klasifikasi (tipe) industri perusahaan.

H₃: Profil perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Teori *Good Corporate Governance*: Ukuran Dewan Komisaris

Good Corporate Governance (GCG) adalah salah satu pilar dari sistem ekonomi pasar. GCG berkaitan erat dengan kepercayaan baik terhadap perusahaan yang melaksanakannya maupun terhadap iklim usaha di suatu negara. Penerapan GCG mendorong terciptanya persaingan yang sehat dan iklim usaha yang kondusif (Komite Nasional Kebijakan Governance, 2006:i).

Konsep *corporate governance* timbul karena adanya keterbatasan dari teori keagenan dalam mengatasi masalah keagenan dan dapat dipandang sebagai kelanjutan dari teori keagenan. Problem keagenan (*agency problem*) antara pemegang saham (pemilik perusahaan) dengan manager potensial terjadi bila manajemen tidak memiliki

saham mayoritas perusahaan. Pemegang saham tentu menginginkan manager bekerja dengan tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Sebaliknya, manager perusahaan bisa saja bertindak tidak untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham, tetapi memaksimalkan kemakmuran mereka sendiri. Hal tersebut menjadikan *conflict of interest*. Untuk meyakinkan bahwa manager bekerja sungguh-sungguh untuk kepentingan pemegang saham, pemegang saham harus mengeluarkan biaya yang disebut *agency cost* meliputi pengeluaran untuk memonitor kegiatan manager, pengeluaran untuk membuat suatu struktur organisasi yang meminimalkan tindakan-tindakan manager yang tidak diinginkan, serta *opportunity cost* yang timbul akibat kondisi manager tidak dapat segera mengambil keputusan tanpa persetujuan pemegang saham (Atmadja, 2008:13).

Faktor-faktor yang memengaruhi CSR terkait dengan teori GCG adalah Ukuran Dewan Komisaris Perusahaan. Kualitas informasi yang diungkapkan dalam laporan yang disisipkan manajemen dapat memengaruhi pengambilan keputusan dan kebijakan perusahaan. Manajemen memiliki dorongan untuk mengungkapkan informasi yang menguntungkan dan “menyembunyikan” informasi yang tidak menguntungkan. Informasi yang menguntungkan akan diungkap seluas-luasnya, sedangkan informasi yang tidak menguntungkan kelihatannya tidak diungkap dan sebagai hasilnya, para pemegang saham tidak akan mengetahui secara khusus informasi yang disembunyikan. Untuk mengatasi hal tersebut, pemegang saham mendelegasikan wewenang mereka dalam memonitor aktivitas manajemen kepada dewan komisaris.

Dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggungjawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Komposisi individu yang bekerja sebagai anggota dewan komisaris merupakan hal penting dalam memonitor aktivitas manajemen secara efektif (Fama dan Jensen, 1983). Coller dan Gregory (1999) menyatakan bahwa semakin besar anggota dewan komisaris maka semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan memonitoring sehingga yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen akan semakin besar untuk mengungkapkannya.

Sembiring (2005) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan yang

dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Ukuran dewan komisaris yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan Sembiring (2005) yaitu jumlah personil dalam anggota dewan komisaris.

H₄: Ukuran dewan komisaris perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

***Leverage* Keuangan**

Leverage keuangan merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Perusahaan yang tidak solvabel adalah perusahaan yang total utangnya lebih besar dibandingkan dengan total asetnya. Rasio yang tinggi mengindikasikan perusahaan menggunakan utang yang tinggi (Hanafi, 2008:40). Perusahaan dengan rasio *leverage* keuangan yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* keuangan yang rendah.

Rasio *leverage* keuangan dapat diukur dengan *Debt Ratio*, *Debt to Equity Ratio (DER)*, *Time Interest Earnings Ratio*, *Fixed Charge Coverage Ratio*, dan *Debt Service Ratio* (Sutrisno, 2003:248-251). Rasio yang digunakan untuk mengukur *leverage* keuangan dalam penelitian ini adalah *Debt to Equity Ratio (DER)*.

DER merupakan proporsi total utang terhadap ekuitas pemegang saham. Digunakan DER karena rasio ini menggambarkan keseimbangan antara utang yang dimiliki perusahaan dengan modal sendiri (Sutrisno, 2003:249). Dari penjelasan kegunaan rasio DER, maka dapat dikatakan bahwa informasi DER akan dapat digunakan oleh pihak eksternal, khususnya kreditur dan investor dalam mengukur kinerja perusahaan. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan sehingga dapat dilihat tingkat risiko tak tertagihnya suatu utang. Dari penjelasan kegunaan rasio DER, maka dapat dikatakan bahwa informasi DER akan dapat digunakan oleh pihak eksternal, khususnya kreditur dan investor dalam mengukur kinerja perusahaan.

H₅: *Leverage* keuangan perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan saintifik, yaitu menggunakan struktur teori untuk membentuk hipotesis dan kemudian menggunakan fakta atau data empiris untuk menguji hipotesis dalam menarik simpulan. Tipe penelitian ini tergolong penelitian kuantitatif, yaitu menguji teori-teori dengan menggunakan angka dan metode statistik dalam melakukan analisis data. Penelitian ini adalah termasuk jenis penelitian *explanatory*..

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang telah terdaftar (listing) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini mengambil periode analisis dari tahun 2008 sampai 2011. Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *judgement sampling*, yaitu salah satu bentuk *purposive sampling* dengan mengambil sampel yang telah ditentukan sebelumnya berdasarkan maksud dan tujuan penelitian. Penggunaan *judgement sampling* dengan alasan bahwa tidak semua perusahaan manufaktur yang *go public* dapat digunakan sebagai sampel, karena perusahaan harus memenuhi beberapa kriteria agar dapat dilakukan analisis lebih lanjut. Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian sampel adalah: (1) Perusahaan manufaktur yang selama periode 2008-2011 tidak delisting, (2) Perusahaan manufaktur menerbitkan laporan keuangan tahunan periode 2008-2011 serta menyerahkan kepada BAPEPAM dan telah mempublikasikannya berturut-turut, (3) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tidak mengalami kerugian selama periode 2008-2011, (4) Informasi pengungkapan tanggung jawab sosial diungkapkan pada laporan keberlanjutan perusahaan (*Sustainability Reporting*) yang bersangkutan selama periode 2008-2011.

Tabel 1
Penyaringan Sampel Penelitian

	Jumlah Perusahaan Sampel			
	2008	2009	2010	2011
Jumlah perusahaan manufaktur	160	163	162	170
Kriteria:				
(a) Delisting	4	4	1	2
	156	159	161	168
(b) Laporan Keuangan Tidak Lengkap	31	6	11	4
	125	153	150	164
(c) Mengalami Rugi	45	26	25	21
	80	127	125	143
(d) Tidak Melaporkan <i>Sustainability Reporting</i>	73	119	115	138
	7	8	10	5
JUMLAH SAMPEL	30			

Sumber: www.idx.co.id

Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab social perusahaan. Pengukuran tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dilakukan dengan menghitung total item kategori CSR yang diungkapkan oleh perusahaan. Untuk setiap item yang diungkapkan diberi nilai 1 dan yang tidak diungkapkan diberi nilai 0, kemudian total nilai pengungkapan digunakan untuk mengukur Indeks CSR. Adapun total pengungkapan menurut GRI adalah 78 item. Pengukuran Indeks CSR dilakukan dengan rumus sebagai berikut: (Sudana dan Putu, 2011: 44)

$$CSR_{ij} = \frac{X_{ij}}{\text{Jumlah item pengungkapan}}$$

Keterangan:

CSR_{ij} = Corporate Social Responsibility Indeks perusahaan i pada periode j

X_{ij} = total pengungkapan item csr yang dilakukan oleh perusahaan i pada periode j

Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini meliputi:

1 Ukuran Perusahaan

$$X_{1it} = \sum \text{Tenaga Kerja}_{it}$$

Keterangan:

X_{1it} = Ukuran perusahaan i pada periode t

2 Profitabilitas

$$X_2 = \text{ROE} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas akhir periode}}$$

Keterangan:

X_2 = Profitabilitas

3 Profil Perusahaan

$$X_3 = \text{High Profile (1); Low Profile (0)}$$

Keterangan:

X_3 = Profil Perusahaan

High profile = kelompok perusahaan yang kegiatan operasionalnya berisiko tinggi bersinggungan dengan masyarakat

Low profile = kelompok perusahaan yang kegiatan operasionalnya berisiko rendah bersinggungan dengan masyarakat

4 Ukuran Dewan Komisaris

$$X_4 = \sum \text{Dewan Komisaris}$$

Keterangan:

X_4 = Ukuran Dewan Komisaris

5 Leverage Keuangan Perusahaan

$$X_5 = \text{DER} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Ekuitas Akhir Periode}}$$

Keterangan:

X_5 = Leverage Keuangan

Teknik Analisis Data

Pengujian statistik dalam penelitian ini menggunakan asumsi klasik dan analisis regresi berganda. Uji asumsi klasik tersebut meliputi uji autokorelasi, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, dan uji normalitas. Sedangkan analisis regresi berganda (*Multiple Regression Analysis*) yang dipergunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = S_0 + S_1 X_1 + S_2 X_2 + S_3 X_3 + S_4 X_4 + S_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Indeks Skor Pengungkapan CSR

- β_0 = Konstanta
- β_{1-5} = Koefisien Regresi
- X_1 = Ukuran Perusahaan
- X_2 = Profitabilitas
- X_3 = Profil Perusahaan
- X_4 = Ukuran Dewan Komisaris
- X_5 = *Leverage* Keuangan
- e = *Error*

Untuk menguji hipotesis keberartian koefisien regresi, digunakan $\alpha = 0,05$ (5%)

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Nilai t)

Untuk menguji hipotesis 1, 2, 3, 4, dan 5 dibutuhkan alat uji parsial. Untuk menguji apakah setiap variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan dengan variabel terikat, digunakan uji t , yang berfungsi menguji signifikansi pengaruh variabel independen dengan variabel dependen secara parsial dengan $\alpha = 5\%$. Uji signifikan untuk hipotesis menggunakan alat uji t dengan pengujian sebagai berikut:

Jika probabilitas $t(p) \leq 0,05$ (5%), H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika probabilitas $t(p) > 0,05$ (5%), H_0 diterima dan H_a ditolak

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Hasil analisis deskriptif dari setiap variabel independen dan variabel kontrol tersebut adalah:

Tabel 2
Deskriptif Statistik Variabel

	N	Minimum	Maximum	Mean
Ukuran Perusahaan	30	1.622	168.703	22.292,77
Profitabilitas	30	7,42	83,72	28,1300
Profil Perusahaan	30	0	1	.93
Ukuran Dewan Komisaris	30	3	11	6.23
<i>Leverage</i> Keuangan	30	1,72	192,67	79,4663
CSR	30	,18	1,00	,6611
Valid N (listwise)	30			

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasi ditujukan untuk menghindari adanya variabel pengganggu dalam persamaan regresi, yang dapat mengganggu prediksi dari persamaan regresi. Uji asumsi klasik terdiri dari:

Uji Autokorelasi

Tabel 3
Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.08079
Cases < Test Value	15
Cases >= Test Value	15
Total Cases	30
Number of Runs	13
Z	-.929
Asymp. Sig. (2-tailed)	.353

a. Median

Uji autokorelasi dilihat dari Tabel 3, nilai *Run Test* melalui *Asymp. Sig (2-tailed)* > 0,05 (5%). Berdasarkan Lampiran 11 diketahui bahwa nilai *Run Test* yang dilihat melalui *Asymp. Sig (2-tailed)* adalah 0,353. Dengan demikian dapat dikatakan tidak ada masalah autokorelasi dan asumsi diterima.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4
Hasil Pengujian Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Ukuran Perusahaan	.308	3.251
Profitabilitas	.814	1.229
Profil Perusahaan	.935	1.070
Ukuran Dewan Komisaris	.296	3.375
Leverage Keuangan	.893	1.120

a. Dependent Variable: CSR

Berdasarkan Tabel 4, nilai VIF dari semua variabel bebas menunjukkan di bawah 10. Dengan demikian asumsi multikolinieritas terpenuhi.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 5
Hasil Pengujian Heterokedastisitas

Model		T	Sig.
1	(Constant)	1.733	.096
	Ukuran Perusahaan	1.802	.084
	Profitabilitas	-.202	.842
	Profil Perusahaan	.839	.410
	Ukuran Dewan Komisaris	-1.070	.295
	Leverage Keuangan	-.558	.582

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai koefisien uji glejser untuk semua variabel bebas di atas 0,05 (5%), sehingga tidak ada permasalahan heterokedastisitas. Dengan demikian asumsi diterima.

Uji Normalitas

Tabel 6
Hasil Pengujian Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	30
Normal Parameters ^a	
Mean	.0000000
Std. Deviation	.20918365
Most Extreme Differences	
Absolute	.197
Positive	.106
Negative	-.197
Kolmogorov-Smirnov Z	1.077
Asymp. Sig. (2-tailed)	.196

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 1,077 dengan *Asymp. Sig* sebesar 0,196. Karena nilai *Kolmogorov-Smirnov* dan *Asymp. Sig* di atas 0,05 (5%), sehingga tidak ada permasalahan normalitas, dan asumsi diterima.

Pengujian Hipotesis

Hasil analisis Anova dari regresi berganda dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 7
Hasil Persamaan Anova
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.092	5	.218	4.130	.008 ^a
	Residual	1.269	24	.053		
	Total	2.361	29			

a. Predictors: (Constant), Leverage Keuangan, Profil Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan

b. Dependent Variable: CSR

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.680 ^a	.462	.351	,22994

a. Predictors: (Constant), Leverage Keuangan, Profil Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan

b. Dependent Variable: CSR

Berdasarkan hasil pengujian anova menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan *leverage* keuangan secara bersama-sama memengaruhi pengungkapan CSR. Besarnya pengaruh secara bersama ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi ($\text{adj } R^2$) sebesar 0,351 atau 35%. Artinya ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan *leverage* keuangan memengaruhi pengungkapan CSR sebesar 35%, sedangkan sisanya sebesar 65% dipengaruhi variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi. Hasil pengujian hipotesis menggunakan alat uji t adalah:

Tabel 8

Hasil Uji t (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.238	.295		4.194	.000
UKuran Perusahaan	0.000001488	.000	.247	.915	.369
Profitabilitas	.000	.003	-.012	-.075	.941
Profil Perusahaan	-.009	.174	-.008	-.052	.959
Ukuran Dewan Komisaris	-.052	.037	-.386	-1.403	.174
Leverage Keuangan	-.003	.001	-.637	-4.020	.001

a. Dependent Variable: CSR

PEMBAHASAN

Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini berarti pengungkapan tanggung jawab sosial tidak bergantung pada besar atau kecilnya perusahaan.

Penelitian ini tidak berhasil mendukung teori legitimasi yaitu perusahaan besar akan mengungkapkan tanggung jawab sosial lebih tinggi agar perusahaan tetap mendapatkan respon yang positif dari pihak lain, sehingga aktivitas usaha dapat berjalan dengan lancar. Tidak berpengaruhnya ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial bisa jadi karena perhatian dan kesadaran manajemen yang masih kurang terhadap lingkungan sosial.

Tidak berpengaruhnya ukuran perusahaan juga karena adanya Undang-Undang Perseroan Terbatas (RUU PT) No 40 2007 yang mengharuskan perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial. Undang-undang tersebut menjadikan perusahaan besar ataupun kecil akan mengungkapkan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangannya, selama bentuk badan hukumnya adalah Perseroan Terbatas.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Robert (1992), Davey (1982), Sulastini (2007), Anggraini (2006), Sitepu dan Siregar (2008), Arief dan Kurnia

(2009) dan Nurkhin (2009) yang tidak berhasil membuktikan adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan Hackston dan Milne (1996), Fitriani (2001), Gunawan (2000), Hasibuan (2001), Yuniani, 2003 dalam Sulastini (2007: 6), dan Udayasankar (2007) menemukan pengaruh antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan *Return On Equity* (ROE) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya profitabilitas tidak akan memengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak berhasil mendukung teori legitimasi yang dikemukakan oleh Guthrie dan Parker, 1977 dalam Nurkhin (2007: 27), menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin besar tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan untuk menggambarkan kinerja perusahaan sehingga perusahaan dapat diterima masyarakat (Bowman dan Haire, 1976 dan Preston, 1978 dalam Hackston dan Milne 1996: 90).

Tidak berpengaruhnya profitabilitas (ROE) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial karena pelaksanaan aktivitas sosial dan pengungkapan tanggung jawab sosial sangat tergantung dari kesadaran manajemen perusahaan, bukan dari kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan. Dan juga perusahaan yang mampu menghasilkan *profit* yang tinggi namun kurang tanggap terhadap masalah sosial, hanya akan menganggap bahwa pengungkapan sosial akan meningkatkan biaya sehingga perusahaan kurang dapat bersaing dengan perusahaan lain.

Tidak berpengaruhnya profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial juga dipengaruhi oleh meningkatnya inflasi terutama pada tahun 2008 dan 2009 yaitu pada akhir tahun 2008 mencapai 11,06% dan tahun Desember 2010 mencapai 6,96% (BPS, 2001: 27). Kondisi ini berdampak pada meningkatnya biaya operasional perusahaan, sehingga untuk menjaga kinerjanya dalam menghasilkan keuntungan, maka perusahaan akan berupaya untuk meningkatkan efisiensi biaya operasionalnya, termasuk dalam pengungkapan sosial. Hal ini didukung oleh pendapat Kokubu *et al.*,

2001 dalam Sembiring (2005: 386), yang menyatakan bahwa *political visibility* perusahaan tergantung pada ukuran (*size*), bukannya pada profitabilitasnya.

Hasil penelitian ini menunjang penelitian yang dilakukan oleh Bowman & Haire (1976), dalam Sulastini (2007:6), dan Hackston dan Milne (1996) yang tidak berhasil membuktikan pengaruh profitabilitas terhadap CSR, namun penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian Preston, 1976, dalam Sulastini (2007:6) serta penelitian Roberts, 1992; Parsa dan Kouhy, 1994; dan Gray *et al.*, 1999 dalam Nurkhin (2009:35), yang menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Profil Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Perusahaan *high profile* juga lebih sensitif terhadap keinginan konsumen atau pihak lain yang berkepentingan terhadap produknya. Oleh sebab itu untuk menghindari masalah yang tidak diinginkan nantinya, perusahaan dituntut untuk membuat suatu kebijakan untuk melaporkan aktivitas produksinya, berupa pengungkapan sosial, yang tentunya diharapkan melaporkan aktivitas perusahaan yang harmonis dengan lingkungan dan alam sekitar, tujuannya adalah untuk meningkatkan *image* dan penjualan perusahaan (Cowen *et al.*, 1987 dalam Nurayuna, 2008: 7).

Perusahaan yang bertipe industri *high profile* diyakini melakukan praktik pengungkapan tanggung jawab sosial lebih luas atau banyak daripada industri yang *low profile*. Adapun perusahaan yang tergolong dalam perusahaan *high profile* pada umumnya mempunyai sifat, yaitu memiliki jumlah tenaga kerja yang besar dan dalam proses produksinya mengeluarkan residu, seperti limbah cair dan polusi udara (Nurayuna, 2008: 8). Perusahaan yang tergolong *high profile* juga lebih dimonitor oleh pemerintah sehingga perusahaan selalu berhubungan sosial seperti meningkatkan kegiatan sosial dengan lingkungan yang memengaruhi operasional perusahaan. Perusahaan dengan profil tinggi (*high profile*) juga berusaha untuk memberikan citra perusahaan yang baik kepada pelanggan, untuk meningkatkan kesetiaan/loyalitas pelanggan. Dengan membangun *image* yang baik kepada lingkungan dan pelanggan, perusahaan akan dalam menjalankan keberlangsungan usahanya dengan baik.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Nurkhin (2009) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara profil perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab

sosial perusahaan. Sedangkan penelitian Sembiring (2005), Anggraini (2006), dan Sudaryono dan Muhammad (2007) berhasil menunjukkan pengaruh profil perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini dikarenakan masih banyak perusahaan yang tergolong *high profile* maupun *low profile* yang tidak mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan tiap tahunnya secara benar melalui *Sustainability Reporting*, sesuai dengan ketentuan yang diberlakukan menurut GRI dan peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah, serta tidak adanya kesadaran dari manajemen perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan social di sekitar tempat operasional perusahaan.

Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Hasil penelitian ini tidak berhasil membuktikan adanya pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Artinya berapapun jumlah dewan komisaris tidak memengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Tidak berpengaruhnya ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial menunjukkan bahwa anggota dewan komisaris kurang dapat berperan dan menjalankan fungsinya dalam memberikan kontrol dan *monitoring* bagi manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan, termasuk dalam pelaksanaan dan pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial. Serta karena adanya regulasi dari pemerintah yang mewajibkan setiap perusahaan yang berbadan hukum PT maupun perusahaan yang *go public* di BEI, untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Sehingga besar atau kecilnya jumlah dewan komisaris, tidak memengaruhi besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial, melainkan karena ketundukan perusahaan terhadap regulasi dari pemerintah.

Penelitian ini mendukung penelitian Arief dan Kurnia (2008), namun bertentangan dengan penelitian yang dilakukan Beasley (2000), Sembiring (2005), Sitepu dan Hasan (2008), dan Nurkhin (2009), yang menyatakan ukuran dewan komisaris memengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial.

Leverage Keuangan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa *leverage* keuangan yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung

jawab sosial. Hal ini berarti bahwa tinggi rendahnya tingkat *leverage* keuangan perusahaan mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini juga berhasil mendukung teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki utang yang tinggi akan mempunyai resiko *financial* yang lebih besar, sehingga akan menurunkan kepercayaan pihak lain atas kemampuan perusahaan dalam mengembalikan dana. Berpengaruhnya *leverage* keuangan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial karena pelaksanaan aktivitas sosial dan pengungkapan tanggung jawab sosial sangat tergantung dari kesadaran manajemen perusahaan. Perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial juga karena adanya kewajiban untuk mengungkapkan yang ditetapkan dalam Undang-Undang No 40 Tahun 2007. Selain itu juga karena adanya ketergantungan perusahaan di Indonesia terhadap sumber dana utang. Hal ini tercermin dari deskripsi sebelumnya yang menunjukkan bahwa nilai rata-rata *leverage* 79,47%. Nilai di atas 50% menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan manufaktur di Indonesia yang *go public* di BEI menggunakan sumber dana operasional berasal dari utang. Bahkan beberapa perusahaan menggunakan sumber utang melebihi nilai asetnya (DER di atas 100%).

Berpengaruhnya *leverage* keuangan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan juga karena tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan pemegang saham yang diwujudkan dengan meningkatkan laba perusahaan. Untuk tujuan tersebut, perusahaan akan berupaya untuk meningkatkan efisiensi biaya operasional guna meningkatkan laba. Agar laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Karpik (1989), Hackston dan Milne (1996), serta Fitriani (2001). Namun, hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Sudaryono dan Muhammad (2007), dan Sitepu dan Hasan (2008), tidak berhasil membuktikan pengaruh *leverage* keuangan terhadap pengungkapan CSR.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan

leverage keuangan terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun hanya *leverage* keuangan yang terbukti berpengaruh secara parsial. Berpengaruhnya *leverage* keuangan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial karena perusahaan yang memiliki utang yang tinggi akan mempunyai risiko finansial yang lebih besar sehingga akan menurunkan kepercayaan pihak lain atas kemampuan perusahaan dalam mengembalikan dana serta kesadaran dari pihak manajemen perusahaan. Jika dikaitkan dengan teori legitimasi, perusahaan yang memiliki utang yang meningkat akan meningkatkan laba yang diharapkan tanpa mengurangi pengendaliannya terhadap perusahaan, dan juga perlu mengungkapkan CSR agar perusahaan tetap mendapatkan kepercayaan dan reaksi yang positif dari pihak lain. Pengungkapan tanggung jawab sosial ini juga didukung semakin kritisnya masyarakat dan menuntut perusahaan untuk memiliki respon sosial yang tinggi terhadap lingkungan sekitarnya. Perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan juga karena adanya kewajiban untuk mengungkapkan yang ditetapkan dalam Undang-undang No. 40 Tahun 2007. Selain itu juga karena adanya ketergantungan perusahaan di Indonesia terhadap sumber dana utang, sehingga baik perusahaan memiliki tingkat *leverage* keuangan yang tinggi ataupun rendah akan tetap mengungkapkan tanggung jawab sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr Reni R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang, 23-26 Agustus 2006.
- Arief, Rahman dan Kurnia Nur Wiyasari. 2008. The Analysis of Company Characteristic Influence Toward CSR Disclosure: Empirical Evidence of Manufacturing Companies Listed in JSX. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*. Vol. 12. No. 1. Juni 2008. Page: 25-35.
- Atmadja, Lukas S. 2008. *Teori dan Praktik Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama. ANDI, Yogyakarta.

- Bapepam. 2010. *Laporan Tahunan/Annual Report Perusahaan Pembiayaan*. Biro Pembiayaan dan Penjaminan Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga keuangan Kementerian Keuangan Republik Indonesia. www.idx.co.id.
- Cahyandito, Martha Fani dan Ebinger, F. 2005. *The Effectiveness of Sustainability Reporting: Is It Only About The Report's Design and Content?*. Sustainability Reporting Concepts and Experiences. The ICFAI University Press. India.
- Cowen, S.S., Ferreri L.B., dan Parker L.D. 1987. The Impact of Corporate Characteristics on Social Responsibility Disclosure: A Typology and Frequency-Based Analysis. *Accounting, Organizations, and Society*. Vol. 12. No. 2. Page: 111-122.
- Daniri, Mas A. 2008. *Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan* (Bag i). www.madani-ri.com/2008/17/standarisasi-tanggung-jawab-sosialperusahaan:bag-i/. Diakses tanggal 19 Agustus 2010.
- Donovan, Gary dan Kathy Gibson. 2000. Environmental Disclosure in The Corporate Annual Report. *A Longitudinal Australian Study Paper for Presentation in the 6th Interdisciplinary Environmental Association Conference*. Montreal. Canada.
- Donovan, Gary. 2002. Environmental Disclosure in The Annual Report: Extending The Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Vol. 15. No. 3. Page: 344-371.
- Fama, Eugene dan M. Jensen. 1983. The Separation of Ownership from Control. *Journal of Law and Economics*. Vol. 26. Page: 301-325.
- Global Reporting Initiatives. (2006). *Sustainability Reporting Guidelines*. GRI, CERES Boston.
- Gray, R., D. Owen dan Adams C. A. 1996. *Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*. Prentice-Hall.
- Hanafi, Mamduh. 2008. *Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama. Cetakan Kedua. BPF. Yogyakarta.
- Hasibuan, Muhammad Rizal. 2001. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan Emiten di BEJ dan BES. *Tesis S2 Magister Akuntansi Universitas Diponegoro*. Semarang.
- Jensen, M. C dan Meckling W. H. 1976. The Agency Theory of Firm : Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*. Vol. 3. No. 4. Page: 305-360.
- Komite Nasional Kebijakan Governance. 2006. *Pedoman Umum Good Corporate Governance*. Jakarta.

- Kusnadi, Zainul Arifin, dan Syadelli. 2002. *Akuntansi Manajemen (Komprehensif, Tradisional, dan Kontemporer)*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Mapisangka, Andi. 2009. Implementasi CSR Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat. *Jurnal JESP*. Vol. I. No. I.
- Novita dan Chaerul D. Djakman. 2008. Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) pada Laporan Tahunan Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006. *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak, 22-25 Juli 2008.
- Nurayuna, Nisya. 2008. *Praktik Pengungkapan Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia*. Program Sarjana Ekstensi Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang. www.dumadia.wordpress.com/Diakses_19_September_2011.
- Pambudi, T. 2006. Perjalanan Si Konsep Seksi. *Majalah SWA*. Vol. 26 (XXI/19). 11 Januari. Hal:44-45.
- Preston, L. E. 1978. Analysing Corporate Social Performance: Methods and Results. *Journal of Contemporary Business*. Vol. 7. No. 1. Page: 135-150.
- Rahman, Arief dan Kurnia Nur Widyasari. 2008. The Analysis of Company Characteristic Influence Toward CSR Disclosure: Empirical Evidence of Manufacturing Companies Listed in JSX. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*. Vol. 12. No. 1. Juni 2008. Page: 25-35.
- Sawir, Agnes. 2005. *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Edisi Pertama. ANDI. Yogyakarta.
- Sembiring, Eddy R. 2003. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial*. Tesis S2 Magister Akuntansi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Sembiring, Eddy R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*.
- Siregar, Chairil N. 2007. Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi Corporate Social Responsibility Pada Masyarakat Indonesia. *Jurnal Sositologi*. Edisi 12, Tahun 6. Desember. 2007.
- Sitepu, Andre C. dan Hasan S. Siregar. 2008. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Tahunan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Akuntansi 19*. Departemen Akuntansi. Fakultas Ekonomi USU. Hal: 1-7. www.akuntansi.usu.ac.id/index.php. Diakses 10 April 2010.

- Sudana, I Made dan Putu Ayu A. W. 2011. Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Go-Public Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan I Tahun 4*. No. 1. April 2011. Hal: 1-49. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
- Sudaryono, Bambang dan Muhammad Bani R. 2007. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Publik. *Jurnal Akuntansi*. Vol. 7. No. 2. Mei 2007. Hal: 125-162.
- Sulastini, Sri. 2007. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Social Disclosure Perusahaan Manufaktur Yang Telah Go Public*. Tesis Jurusan Akuntansi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Diakses 22 September 2010.
- Sutrisno. 2003. *Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama. Cetakan Ketiga. Ekonisia. Yogyakarta
- Udayasankar, Krishna. 2007. Corporate Social Responsibility and Firm Size. *Journal Of Business Ethics*. Vol. 83. Page: 167-175. DOI 10.1007/s10551-007-9609-8
- Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Bab V Pasal 74.
- Utomo, M. Muslim. 2000. Praktik Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia. *Laporan Penelitian Simposium Nasional Akuntansi III*. Jakarta.
- Wibisono, Yusuf. 2007. Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility. *FACSHO Publishing*. Gresik.
- Yuliani, Rahma. 2003. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Praktek Pengungkapan Sosial dan Lingkungan di Indonesia*. Tesis S2 Magister Akuntansi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Zainuddin, Achmad. 2007. *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Praktek Pengungkapan Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Go Publik*. Program Magister Sains Akuntansi. Program Pascasarjana. Universitas Diponegoro. Semarang.