

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PUBLIK DI INDONESIA

Sarwenda Biduri

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Jl. Raya Gelan 250 Candi Sidoarjo
e-mail: sarwendahbiduri@yahoo.com

Abstract

The idea of social responsibility is basically how companies pay attention to the environment, the impacts resulting from the company's operations. Disclosure of corporate social responsibility is proxied by the index of social responsibility refers to the GRI Guidelines. This study examined the effects of four factors of the firm that are the size of the company, profile of the company, the level of leverage, and the size of the board of commissioners on the disclosure of corporate social responsibility. The selection of the sample using purposive sampling method. Population from 388 companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) in 2010 and 2011. The sample used some 80 companies. Testing the hypothesis in this study using multiple regression shown that size of the company, profile of the company and the level of leverage influenced disclosure of corporate social responsibility. Unfortunately, the size of the board of commissioners did not influence disclosure of corporate social responsibility.

Key words: *disclosure of corporate social responsibility, size of the company, profile of the company, the level of leverage, the size of the board of commissioners.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

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

diharapkan. Penyediaan informasi yang luas dalam laporan keuangan merupakan suatu keharusan karena adanya permintaan dari berbagai pihak terkait dengan informasi tersebut. Akuntansi sebagai alat pertanggungjawaban mempunyai fungsi sebagai alat kendali terhadap aktifitas suatu unit usaha. Tanggung jawab manajemen tidak hanya terbatas atas pengelolaan dana perusahaan kepada investor dan kreditor, tetapi juga meliputi dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan dan sosialnya.

Praktik tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74, perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial. Manfaat yang akan diperoleh perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu meningkatkan citra positif perusahaan, akses modal, mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas, dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 alinea lima (Ikatan Akuntan Indonesia, 2009) menyatakan bahwa tujuan umum laporan keuangan adalah memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja, dan arus kas keuangan yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam rangka membuat keputusan-keputusan ekonomi serta menunjukkan pertanggungjawaban (*stewardship*) manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka. Dalam hal ini, manajemen memiliki tanggung jawab untuk menyediakan informasi yang lengkap, akurat dan tepat waktu kepada investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan (Sembiring, 2005).

Menurut Gray *et al.* (1987) yang dikutip dari Sembiring (2005), saat ini mulai tumbuh kesadaran publik yang mengkritik peran perusahaan di tengah masyarakat karena menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, hak dan status tenaga kerja. Tekanan dari berbagai pihak memaksa perusahaan untuk menerima tanggung jawab atas dampak aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat. Meningkatnya perhatian *stakeholder* (pemangku kepentingan) terhadap *corporate social responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan disebabkan karena mereka tidak ingin perusahaan menghadapi bertambahnya risiko kerugian yang berdampak pada perusahaan maupun kerugian yang diakibatkan oleh kelalaian perusahaan dalam melakukan kegiatan tanggung jawab sosial.

Belakangan ini banyak perusahaan cenderung memperluas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaannya sesuai dengan bentuk dan kompleksitas organisasinya. Meskipun informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan

yang diungkap tersebut relatif belum rinci, itikad baik perusahaan ini perlu untuk mendapatkan apresiasi, setidaknya perusahaan telah menyadari pentingnya informasi yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan (Yuliana *et al.*, 2008).

Size atau ukuran perusahaan dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan kecil. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan (Adam *et al.*, 1998; Gray *et al.*, 2001 dalam Sembiring, 2005). Berseberangan dengan penelitian di atas, penelitian dari Yuliana *et al.* (2008) dan Nurkhin (2009) justru menunjukkan hasil yang berbeda.

Hasil penelitian tentang hubungan antara profil perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga berbeda-beda. Hasil penelitian Hackston dan Milne (1996) dan Gray *et al.* (2001) dalam Sembiring (2005), menemukan hubungan yang positif dari kedua variabel tersebut. Demikian juga hasil penelitian dari Yuliana *et al.* (2008) dan Sembiring (2005) yang sejalan dengan penelitian di atas. Namun hasil penelitian yang dilakukan Nurkhin (2009) justru tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut.

Leverage memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat diketahui tingkat resiko tidak tertagihnya suatu utang. Scott (2000) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan tanggung jawab sosial supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

Faktor lainnya yang juga mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial adalah ukuran dewan komisaris. Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Coller dan Gregory (1999) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka semakin mudah untuk mengendalikan direksi dan memantau aktivitas yang dilakukan direksi. Dengan demikian tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial. Hubungan ukuran dewan komisaris dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diteliti oleh Sembiring (2005) menunjukkan hasil yang positif.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan? (2) Apakah profil perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan? (3) Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan? (4) Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi investor atau calon investor tentang karakteristik perusahaan yang berkecenderungan memberikan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu, penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi pemerintah tentang regulasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

TELAAH PUSTAKA

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sering disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* atau *corporate social responsibility* (Hackston & Milne, 1996; Sembiring, 2005). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diartikan sebagai informasi finansial dan non finansial yang berhubungan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan sosial dan fisik organisasi tersebut, seperti dinyatakan dalam laporan tahunan perusahaan atau salinan laporan sosial (Guthrie & Parker, 1990; Hackston & Milne, 1996). Adapun definisi *corporate social responsibility* menurut ISO 26000 adalah tanggung jawab sosial sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan para pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; dan terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Sembiring (2005) yang mengatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan masyarakat keseluruhan.

Konsep tanggung jawab sosial pada umumnya menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para pemangku kepentingan yang terkait atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori pemangku kepentingan yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi pemangku kepentingannya. Dengan menerapkan tanggung jawab sosial, perusahaan akan memperoleh beberapa manfaat seperti: pengesahaan sosial, memaksimalkan kekuatan keuangan dalam jangka panjang, mendapatkan respon positif oleh para pelaku pasar, meningkatkan daya saing melalui reputasi atau citra perusahaan.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah: ukuran perusahaan, profil perusahaan, tingkat leverage dan ukuran dewan komisaris.

Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial.

Teori agensi menyatakan bahwa perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut (Sembiring, 2005). Semakin besar perusahaan, maka semakin besar sumber daya yang dimiliki untuk melakukan tanggung jawab sosial, sehingga memperbanyak pengungkapannya. Penelitian Sembiring (2005) memberikan dukungan atas pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Profil perusahaan

Menurut Yuliana *et al.* (2008), perusahaan-perusahaan *high profile*, pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Kelalaian perusahaan dalam pengamanan proses produksi dan

hasil produksi dapat membawa akibat yang fatal bagi masyarakat yang mengakibatkan masyarakat lebih sensitif terhadap tipe perusahaan ini. Perusahaan-perusahaan yang termasuk *high-profile* antara lain adalah perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi dan pariwisata. Sedangkan perusahaan-perusahaan yang termasuk *low profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat. Bila dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan *high profile*, perusahaan yang terkategori dalam industri *low profile* lebih ditoleransi oleh masyarakat luas apabila perusahaan tersebut melakukan kesalahan. Perusahaan-perusahaan yang termasuk *low-profile* antara lain adalah bidang bangunan, keuangan dan perbankan, supplier peralatan medis, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga (Hasibuan, 2001; Henny & Murtanto, 2001; Utomo, 2000; Hackston & Milne, 1996).

Tingkat leverage perusahaan

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Pendapat lain mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage*, kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak hutang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi, akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian hutang. Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang.

Supaya laba yang dilaporkan tinggi, maka manajer harus mengurangi biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debt holders* (Sembiring, 2005). Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi akan berusaha meminimalkan pengungkapan yang diberikan agar kondisi perusahaan mereka tidak diketahui oleh masyarakat luas.

Ukuran dewan komisaris

Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* (pemegang saham) 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). Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Collier dan Gregory (1999) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan direksi dan memantau aktivitas yang dilakukan direksi. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, ukuran dewan komisaris yang semakin besar, maka tekanan terhadap manajemen akan semakin besar untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial. Berdasarkan teori agensi, dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi, yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dikaitkan dengan pengungkapan informasi oleh perusahaan, kebanyakan penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara ukuran dewan komisaris dengan tingkat pengungkapan informasi oleh perusahaan.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mengenai hubungan karakteristik perusahaan yang berupa ukuran perusahaan, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris dan *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan oleh Sembiring (2005). Hipotesis yang diajukannya adalah ukuran perusahaan, profil perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan tingkat *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sebanyak 78 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta (BEJ) pada tahun 2002 menjadi sampel.

Sembiring (2005) menggunakan penelitian Hackston dan Milne (1996) dan Peraturan Bapepam No.VIII.G.2 tentang laporan tahunan, untuk mengembangkan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profil perusahaan dan ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, namun, *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Sembiring (2005), ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Teori agensi menyatakan bahwa perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar daripada perusahaan kecil akan

mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut (Sembiring, 2005). Semakin besar perusahaan, maka semakin besar sumber daya yang dimiliki untuk melakukan tanggung jawab sosial, sehingga memperbanyak pengungkapannya. Penelitian Sembiring (2005) membuktikan pengaruh positif dari variabel ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

H1: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Profil Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Penelitian yang berkaitan dengan profil perusahaan kebanyakan mendukung bahwa perusahaan *high-profile* mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosialnya lebih banyak daripada perusahaan *low-profile*. Penelitian mengenai profil perusahaan ini telah dilakukan oleh beberapa peneliti dan menunjukkan hasil yang beragam.

Penelitian Sembiring (2005) dan Yuliana *et al.* (2008) membuktikan pengaruh positif profil perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang termasuk kategori *high profile* lebih banyak mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaannya dibanding perusahaan yang termasuk kategori *low profile*. Perusahaan yang memiliki kategori *high profile* akan memperbanyak pengungkapannya dengan tujuan untuk mengurangi sorotan dari masyarakat akibat kegiatan ekonomi yang dilakukannya.

H2: Profil perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Leverage Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Berdasarkan teori agensi, tingkat *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005). Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak terjadi sorotan dari para *debtholder*. Semakin tinggi *leverage*, kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak hutang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Supaya laba yang dilaporkan tinggi, maka manajer harus mengurangi biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial. Perusahaan yang memiliki

tingkat *leverage* yang tinggi akan berusaha meminimalkan pengungkapan yang diberikan agar kondisi perusahaan mereka tidak diketahui oleh masyarakat luas.

H3: *Leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dewan komisaris di dalam perusahaan memiliki fungsi sebagai pengawas eksekutif dan memberi arahan bagi perusahaan. Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Coller dan Gregory (1999) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan direksi dan memantau aktivitas yang dilakukan direksi. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka tekanan terhadap manajemen juga semakin besar untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial. Sembiring (2005) dan Sulastini (2007) menyatakan bahwa semakin besar ukuran dewan komisaris maka pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas.

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

METODA PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang tercatat (*go-public*) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penggunaan perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai populasi karena perusahaan tersebut mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan tahunan (*annual report*) kepada pihak luar perusahaan, sehingga memungkinkan data laporan tahunan tersebut diperoleh dalam penelitian ini.

Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik sampling yang anggota sampelnya dipilih berdasarkan kriteria tertentu untuk tujuan penelitian. Adapun kriteria yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2011.

2. Perusahaan yang menerbitkan *annual report* pada periode 2010-2011.

3. Perusahaan yang menginformasikan pelaksanaan tanggung jawab sosial

Dari 388 perusahaan pada tahun 2010-2011 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), sebanyak 80 perusahaan memenuhi kriteria yang ditentukan.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel-variabel yang dibutuhkan dalam penelitian ini akan diberikan untuk menghindari ketidakjelasan makna, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel bebas:

a. Ukuran perusahaan (TK)

Ukuran perusahaan menggunakan jumlah tenaga kerja yang mengacu pada penelitian Sembiring (2005). Semakin besar jumlah tenaga kerja yang dimiliki, maka semakin besar pula tanggung jawab sosial yang harus diungkapkan. Akibat hal tersebut, akan timbul program berkaitan dengan tenaga kerja yang merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan.

b. Profil perusahaan (PROFIL)

Variabel dummy akan digunakan untuk mengklasifikasikan perusahaan yang *high-profile* dan *low-profile*. Perusahaan *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. Perusahaan *low-profile* akan diberi nilai 0 yaitu perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang: bangunan, keuangan dan perbankan, suplier peralatan medis, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal dan produk rumah tangga (Hasibuan, 2001; Henny & Murtanto, 2001; Utomo, 2000; Hackston & Milne, 1996).

c. Tingkat *leverage* (LEV)

Leverage yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio total hutang terhadap total ekuitas atau modal sendiri (*debt on equity ratio*).

d. Ukuran dewan komisaris (KOM)

Ukuran dewan komisaris adalah banyaknya jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan, sesuai dengan penelitian Sembiring (2005).

2. Variabel terikat:

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada Laporan Tahunan perusahaan (CSD). Penelitian ini menggunakan *content analysis* untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertimbangan menggunakan *content analysis* dalam penelitian ini adalah karena penelitian ini berfokus pada luas atau jumlah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Content analysis metode* (metode analisis isi) merupakan suatu metode kodifikasi teks (atau isi) dari suatu tulisan atau kategori tergantung pada kriteria yang dipilih. Metode ini digunakan untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan ini berdasarkan pada indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*) yaitu index yang terdiri dari 79 item pengungkapan. Perhitungan indeks pengungkapan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan di Indonesia yaitu penelitian Sembiring (2005), yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{CSD} = \frac{V}{79}$$

Keterangan :

CSD = Index pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

V = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan

Teknik Analisis

1. Uji Asumsi Klasik

Peramalan dapat dilakukan dengan menggunakan sebuah model regresi. Model dengan kesalahan peramalan yang seminimal mungkin yang merupakan model yang baik. Oleh karena itu, sebuah model sebelum digunakan seharusnya memenuhi beberapa asumsi, yang biasa disebut dengan asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi (Santoso, 2010).

2. Pengujian Hipotesis

Teknik analisis untuk menguji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat digambarkan dalam persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$\text{CSD} = \beta_0 + \beta_1\text{TK} + \beta_2\text{PROFIL} + \beta_3\text{LEV} + \beta_4\text{KOM} + e$$

Keterangan:

TK : Ukuran perusahaan

PROFIL : Profil perusahaan

LEV : Tingkat *leverage*

KOM : Ukuran Dewan Komisaris

CSD : Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Statistik

Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2011 yang berjumlah 80 perusahaan. Dengan demikian ada 160 data (80 perusahaan x 2 tahun) yang diperoleh. Pada analisis deskriptif, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan (TK), profil perusahaan (PROFIL), *leverage* (LEV) dan ukuran dewan komisaris (KOM), serta pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSD).

Tabel 1
Deskripsi Statistik Variabel

Keterangan	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Dev.
TK	0,95	4,42	2,8066	0,69665
LEV	0,01	55,16	2,1409	5,00133
KOM	0,30	0,90	0,5840	0,16898
CSD	0,01	0,19	0,0563	0,03412

Sumber: data diolah

Dari tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan (TK) tertinggi (maksimum) dan terendah (minimum) yaitu masing-masing 4,42 dimiliki oleh perusahaan AALI dan 0,95 dimiliki oleh perusahaan CKRA, sedangkan untuk nilai rata-rata TK adalah 2,8066. Selanjutnya untuk LEV yang merupakan tingkat *leverage*, nilai tertinggi dan terendah adalah 55,16 dimiliki oleh perusahaan DOID dan 0,01 dimiliki oleh perusahaan CKRA, serta mempunyai nilai rata-rata senilai 2,1409. Variabel KOM (Dewan Komisaris) dengan nilai tertinggi dan terendah yaitu 0,90 (AKKU, BUMI, AHAP, DOID, KRAS) dan 0,30 (ALKA, ANTM, BBKA, BUVA, CITA, COWL, DEWA, DSFI, GEMA, JPRS, ULTJ, AKKU, AMRT, BAYU, CMPP, ENRG, GDYR, LPGI), dengan rata-rata 0,5840. Untuk

variabel yang terakhir adalah CSD mempunyai nilai tertinggi 0,19 (ADMG dan BIPI) dan nilai terendah 0,01 (AHAP, ASBI, BAYU, BCIP, BISI, CKRA, CNKO, CSAP, DNET, DOID, AGRO, ANTM, BAPA, ETWA, JPRS), sedangkan rata-ratanya yaitu 0,0563.

Sebanyak 68 obyek penelitian (42%) yang terkategori sebagai perusahaan *low profile* dan 92 obyek penelitian (58%) berkategori *high profile*.

Analisis Data

1. Uji asumsi klasik

a. Uji normalitas

Asumsi yang harus dimiliki oleh data adalah bahwa data tersebut harus terdistribusi secara normal. Untuk menganalisis uji normalitas, yaitu dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dilakukan dengan membuat hipotesis (Ghozali, 2005):

Ho: Data residual terdistribusi normal (probabilitas signifikansi $\geq 0,05$)

Ha: Data residual tidak terdistribusi normal (probabilitas signifikansi $< 0,05$)

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov bernilai 1,961 dan signifikan pada 0,551 yang berarti Ho diterima atau dengan kata lain data residual terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Hasil uji Multikolinieritas antara karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung sosial perusahaan dapat dilihat dari nilai VIF dari keempat variabel bebas kurang dari 10 yaitu untuk TK (ukuran perusahaan) sebesar 1,418, PROFIL (profil perusahaan) sebesar 1,067, LEV (*leverage*) sebesar 1,126, dan KOM (ukuran dewan komisaris) sebesar 1,378. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa asumsi tidak ada Multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik Scatterplot terlihat titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi Y.

d. Uji Autokorelasi

Jika angka Durbin-Watson (DW) sebesar $<1,10$, maka terjadi autokorelasi, apabila antara $1,10-1,54$, maka tanpa kesimpulan, jika $1,55-2,46$, tidak ada autokorelasi. Dalam hasil uji ini, nilai DW (Durbin-Watson) sebesar $2,030$, dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji koefisien determinasi (R^2)

Besarnya R^2 (R Square) adalah $0,085$ atau $8,5\%$, hal ini berarti variasi dari pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dijelaskan oleh keempat variabel bebas ukuran perusahaan, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris dan *leverage* sebesar $8,5\%$, sisanya sebesar $91,5\%$ dijelaskan oleh variabel lain.

b. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji pengaruh simultan variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan uji F dapat dilihat di tabel 2 yang menunjukkan nilai F hitung sebesar $3,594$ dengan probabilitas signifikansi sebesar $0,008$, dengan demikian model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau variabel ukuran perusahaan (TK), profil perusahaan (PROFIL), ukuran dewan komisaris (KOM) dan *leverage* (LEV) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

c. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pada tabel 2 dapat dilihat nilai signifikansi t dari TK sebesar $0,021$, PROFIL sebesar $0,043$ dan LEV sebesar $0,042$ yang berarti kurang dari 5% ($< 0,05$). Dengan demikian terbukti bahwa ukuran perusahaan (TK), profil perusahaan (PROFIL) dan *leverage* (LEV) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal itu berarti, **hipotesis 1, 2 dan 3 diterima**. Sedangkan untuk variabel ukuran dewan komisaris (KOM) mempunyai signifikansi $0,171$ lebih besar dari 5% ($> 0,05$), dengan demikian ukuran dewan komisaris secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal itu berarti, **hipotesis 4 ditolak**.

Tabel 2
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (b)	Beta	t	Signifikansi
Constant	0,012		0,924	0,357
TK	0,010	0,214	2,341	0,021
PROFIL	0,005	0,172	2,913	0,043
LEV	-0,001	-	-2,051	0,042
KOM	0,025	0,167 0,124	1,376	0,171

F Hitung: 3,594
Signifikansi: 0,008
Sumber: data diolah

Persamaan regresi linier berganda berdasarkan tabel 2 adalah:

$$\text{CSD} = 0,012 + 0,010 \text{ TK} + 0,005 \text{ PROFIL} - 0,001 \text{ LEV} + 0,025 \text{ KOM}$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan (TK), profil perusahaan (PROFIL) dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal itu berarti semakin besar ukuran perusahaan dan dewan komisaris serta profil perusahaan yang berkategori *high-profile*, maka semakin besar luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan sebaliknya, semakin kecil ukuran perusahaan dan dewan komisaris serta profil perusahaan yang berkategori *low-profile*, maka semakin kecil luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan *leverage* (LEV) berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, semakin besar *leverage*, maka semakin kecil pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sebaliknya, semakin kecil *leverage*, maka semakin besar luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pembahasan

Dalam pengujian pengaruh variabel bebas secara parsial, ukuran perusahaan, profil perusahaan dan *leverage* terbukti berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pembahasan terhadap masing-masing variabel bebas diuraikan di bawah ini.

Ukuran perusahaan

Penelitian ini membuktikan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Hasil dari penelitian ini mendukung penelitian dari Waryanto (2010), Adam *et al.* (1998) dan Sembiring (2005) yang membuktikan bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat juga cenderung semakin luas. Hal ini umumnya dikaitkan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan, maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar, sehingga perusahaan akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak dalam rangka untuk mengurangi biaya agensi (Waryanto, 2010). Selain itu, semakin banyak tenaga kerja, maka perusahaan semakin banyak melakukan tanggung jawab sosial perusahaan yang mengakibatkan semakin banyak informasi tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.

Profil perusahaan

Hasil temuan ini sesuai dengan penelitian sebelumnya seperti (Sembiring, 2005), dan Yuliana *et al.* (2008) yang menyatakan bahwa profil berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hubungan sistematis antara profil perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dikaitkan dengan variasi dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, yang secara umum 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. Hal ini berarti, bahwa perusahaan dengan tipe *high-profile* akan membuat pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas daripada perusahaan dengan tipe *low-profile*.

Tingkat leverage

Hasil penelitian ini berhasil mendukung teori agensi dan mendukung penelitian Sembiring (2005). Perusahaan yang memiliki banyak hutang dalam hal ini mempunyai tingkat leverage yang tinggi tentunya akan kesulitan untuk membiayai program tanggung jawab sosial perusahaan. Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Berdasarkan teori agensi, tingkat *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini berarti, bahwa tingkat *leverage* perusahaan yang rendah akan meningkatkan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sebaliknya, tingkat *leverage*

perusahaan yang tinggi akan menurunkan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Ukuran dewan komisaris

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini mendukung penelitian Yuliana *et al.* (2008) dan Waryanto (2010) yang tidak menemukan adanya pengaruh dari variabel ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penjelasan yang dapat dikemukakan adalah fungsi dewan komisaris tidak serta merta secara langsung mengawasi bagaimana pelaksanaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris dari ukuran perusahaan, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini berhasil mendukung teori agensi serta teori legitimasi (Sembiring, 2005) yang masing-masing menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka perusahaan cenderung untuk lebih banyak mengungkapkan informasi karena banyaknya karyawan yang dimiliki dan perusahaan *high profile* akan mengungkapkan tanggung jawab sosial yang lebih banyak dibanding dengan *low profile* untuk menghindari tekanan dari aktivis sosial dan lingkungan. Di pihak lain, penelitian ini tidak berhasil menunjukkan pengaruh yang signifikan dari variabel ukuran dewan komisaris. Penelitian ini menunjukkan bahwa fungsi dewan komisaris tidak dapat secara langsung menekan manajemen untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Saran

Penelitian yang akan datang dapat menggunakan ukuran sampel yang lebih besar dan periode waktu yang lebih dari 2 tahun, misalnya 5 tahun, sehingga generalisasi temuan dapat dilakukan. Selain itu, proksi untuk variabel bebas dapat menggunakan proksi yang lain, contohnya ukuran perusahaan menggunakan nilai kapitalisasi pasar, rasio *leverage* menggunakan rasio hutang jangka panjang dengan modal sendiri atau proksi yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, C.A., Hill, W.Y. & Roberts, C.B. 1998. Corporate social reporting practices in Western Europe. *British Accounting Review*, 30 (1): 1-21.
- Coller, P. & Gregory, A. 1999. Audit committee activity and agency costs. *Journal of Accounting and Public Policy*, 18 (4-5): 311-332.
- Gray, R., Owen, D. & Mauners, K. 1987. *Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability*. London: Prentice-Hall.
- Hackston, D. & Milne, M.J. 1996. Some determinants of social and environmental disclosure in New Zeland companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 9 (1): 77-100.
- Hasibuan, R. 2001. Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan sosial. *Tesis*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Henny & Murtanto. 2001. Analisis pengungkapan sosial pada laporan tahunan. *Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi*, 1 (2): 21-48.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Progam SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Guthrie, J. & Parker, L.D. 1990. Corporate social disclosure practice: a comparative international analysis. *Advances in Public Interest Accounting*, 3: 159-175.
- Mulyadi. 2002. *Auditing*. Jilid I, Edisi Enam. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurkhin, A. 2009. Corporate governance dan profitabilitas; pengaruhnya terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (studi empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia), *Tesis*. Semarang: Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Santoso, S., 2010, *Mastering SPSS 18*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Scott, W. R. 2000. *Financial Accounting Theory*. Second edition. Canada: Prentice-Hall.
- Sembiring, E. R. 2005. Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial: study empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Makalah disampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi VII*. Solo, 15–16 September 2005.
- Sulastini, S. 2007. Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap social disclosure perusahaan manufaktur yang telah go public. *Skripsi*. Semarang: FE UNNES.

- Utomo. 2000. Praktek pengungkapan sosial pada laporan tahunan perusahaan di Indonesia. *Proceedings Simposium Nasional Akuntansi*. 3: 99-122.
- Waryanto. 2010. Pengaruh karakteristik good corporate governance (GCG) terhadap luas pengungkapan corporate social responsibility (CSR) di Indonesia. *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Yuliana, R., Purnomosidhi, B. & Sukoharsono E. G. 2008. Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR) dan dampaknya terhadap reaksi investor (studi pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Makalah disampaikan pada The 2nd Accounting Conference, 1st Doctoral Colloquium, and Accounting Workshop*. Depok, 4-5 November 2008.