

UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MEDAN – INDONESIA

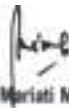
Dengan ini diterangkan bahwa Skripsi Sarjana Ekonomi :

Nama : **DESI PURNAMA SARI SIMAMORA**
NPM : **22511011**
Program Studi : **Akuntansi**
Judul Skripsi : **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan
Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (Studi Empiris Pada
Perusahaan Manufaktur Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Yahun 2019-2020)**

Telah diterima dan terdaftar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan. Dengan diterimanya skripsi ini, maka telah dilengkapi syarat-syarat akademik untuk menempuh Ujian Skripsi guna menyelesaikan studi.

Sarjana Ekonomi Program Strata Satu
(S1)Program Studi Akuntansi

Pembimbing Utama



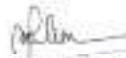
(Mei Hotma Mariati Murte, S.E., M.Si.)



Dekan

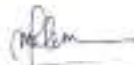
(Dr. E. Hamotangan Siallagan, S.E., M.Si.)

Pembimbing Pendamping



(Dr. E. Manatap Berliana Lumban Gaol, S.E., M.Si., Ak., CA.)

Ketua Program Studi



(Dr. E. Manatap Berliana Lumban Gaol, S.E., M.Si., Ak., CA.)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Tanggungjawab akan masalah lingkungan dan sosial yang terdapat dalam PSAK No. 1 (revisi 2009) yaitu “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup laporan nilai tambah, khususnya bagi industri di mana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”.

Pernyataan ini secara jelas menyatakan bahwa perusahaan yang bergerak di bidang industri yang menghasilkan limbah harus bertanggung jawab dan memiliki kepedulian terhadap lingkungan disekitarnya. Dengan dikeluarkannya ketentuan ini diharapkan kesadaran perusahaan terhadap lingkungan bertambah. Ketentuan mengenai praktik tanggung jawab sosial perusahaan juga diatur dalam Undang-Undang R.I. No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan” menyebutkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”¹. Peraturan lain yang mengatur mengenai kewajiban pengungkapan CSR juga diatur didalam undang-undang Penanaman Modal No. 25 tahun 2007 pasal 15 bagian (b), pasal 17, dan pasal 34 yang mengatur bahwa setiap penanaman modal diwajibkan untuk ikut serta dalam tanggung jawab sosial, Menurut (Amal, 2011) regulasi ini menjelaskan kewajiban bagi setiap penanam modal untuk melaksanakan tanggung jawab sosial, menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal, dan mematuhi semua ketentuan perundang-undangan.

¹ Ardian, H., & RAHARJA, S. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Studi empiris pada seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010) (Doctoral dissertaFakultas Ekonomika dan Bisnis).

Ketentuan pemerintah berikutnya yang juga masih mengatur mengenai kewajiban CSR di Indonesia adalah UU yang mengatur perusahaan yang termasuk dalam *regulated company* yaitu 1) UU minyak dan Gas bumi No. 22 tahun 2001; 2) UU Pertambangan Umum No. 11 tahun 1967; 3) UU no. 23 tahun 1997; 4) UU Telekomunikasi No. 36 tahun 1999; 5).

Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu gagasan tentang pentingnya tanggung jawab dan kepedulian perusahaan yang diwujudkan melalui program-program yang memiliki nilai-nilai sosial dan keberpihakan terhadap masyarakat.² Hal itu dapat dilakukan oleh perusahaan dengan berinvestasi pada sektor-sektor ramah lingkungan, menjaga keseimbangan eksploitasi sumber daya alam, pengolahan limbah (daur ulang limbah), menaikkan pengeluaran-pengeluaran sosial (biaya sosial) serta cara lain guna menjaga keseimbangan lingkungan dan sejenisnya (Memed, 2001).

Pengungkapan tanggung jawab sosial atau sering disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah proses pengkomunikasian efek-efek sosial dan lingkungan atas tindakan ekonomi perusahaan pada kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dan pada masyarakat secara keseluruhan (Gray et. al., 1987 dalam Rosmasita, 2007).

Selain itu, tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan salah satu elemen pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Salah satu media yang dapat digunakan untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan adalah melalui laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Dengan mengungkapkan CSR perusahaan nantinya dapat memperoleh legitimasi sosial sehingga perusahaan dapat memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang melalui respon positif masyarakat dan para pelaku pasar saham (Kiroyan, 2006) dalam Sayekti dan Wondabio (2007).

² Hackston, D., and M.J. Milne. 1996. Some determinants of social and Environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol.9, No.1, p. 77-108.

Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan dengan masyarakat sekitar perusahaan. Selain itu, pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial yang ditimbulkan perusahaan (Ghozali dan Chariri, 2007).³

Ukuran Perusahaan adalah variabel yang paling banyak digunakan dan diduga mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Surtijo (1999) bahwa perusahaan besar umumnya memiliki aktiva yang besar, penjualan besar, *skill* karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih, jenis produk yang banyak, struktur kepemilikan lengkap, sehingga membutuhkan tingkat pengungkapan yang lebih besar. Selain itu, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga dipengaruhi oleh *leverage ratio* perusahaan. Naser et al. (2006). mengatakan *leverage ratio* berhubungan positif dengan pengungkapan, karena perusahaan yang berisiko tinggi berusaha meyakinkan investor dan kreditor dengan pengungkapan yang lebih detail. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan Sembiring (2005) menduga hasil sebaliknya. Sesuai teori keagenan perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial untuk mengurangi sorotan kreditor. Sembiring (2005) tidak berhasil membuktikan pengaruh negatif antara *leverage* dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sebaliknya Naser et al. (2006) berhasil menemukan hubungan yang positif antara *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Profitabilitas diprediksi sebagai salah satu variabel yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Profitabilitas* menunjukkan kemampuan perusahaan

³ Ghozali, H. I., 2006, Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

memperoleh laba melalui penjualan, total aktiva dan ekuitas (modal sendiri). Semakin tinggi *profitabilitas* maka semakin tinggi efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan fasilitas perusahaan (Sartono, 2001). Penelitian terdahulu mengenai hubungan *profitabilitas* dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang sangat beragam. Davey (1982) dalam Hackston dan Milne (1996); menemukan tidak ada hubungan antara variabel tersebut. Hasil yang berlawanan ditemukan oleh Bowman dan Haire (1976), dalam Hackston dan Milne (1996), bahwa ada pengaruh positif *profitabilitas* terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut Sembiring (2005) ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Dewan komisaris merupakan suatu mekanisme untuk mengawasi dan memberikan petunjuk dan arahan kepada pengelola perusahaan atau pihak manajemen. Semakin besar jumlah dewan komisaris maka akan memudahkan perusahaan dalam melakukan pengawasan dan monitoring terhadap aktivitas manajemen. Hal ini berarti, dewan komisaris dapat melakukan pengawasan sehingga menjamin bahwa manajemen bertindak sesuai dengan pemilik perusahaan (investor) dan informasi yang dimiliki oleh manajemen akan diungkapkan semua kepada para *stakeholders*, termasuk juga informasi mengenai praktik tanggung jawab sosial perusahaan.

Eddy Rismanda Sembiring (2005) meneliti pengaruh *size*, *profitabilitas*, *profile*, ukuran dewan komisaris, dan *leverage* terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan di Bursa Efek Indonesia (dulu BEJ) pada periode pengamatan tahun 2002. Hasil penelitian Sembiring menunjukkan *size*, *profile*, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan *profitabilitas* dan *leverage* berpengaruh negatif.

Anggraeni (2006) mengatakan bahwa menyajikan bukti empiris mengenai praktek pengungkapan sosial dan lingkungan pada perusahaan-perusahaan yang listing di BEI tahun 2000-2004. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) ini mengacu pada kategori pelaporan *Corporate Sustainability Reporting* dari Darwin (2004). Kategori tersebut antara lain kinerja lingkungan, kinerja ekonomi, dan kinerja sosial. Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan yang positif antara kepemilikan manajemen dan jenis industri terhadap pengungkapan *CSR* yang dilakukan perusahaan.

Terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan atau *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD) perusahaan, Munif (2010) menyatakan ada beberapa standar untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan, salah satunya adalah pedoman pengungkapan *CSR Global Reporting Indeks* dari *Global Reporting Initiatives*. (GRI). Pedoman dari GRI ini banyak digunakan sebagai *benchmark* oleh para peneliti untuk mengukur kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Oleh karena, kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia masih bersifat sukarela, maka didalam praktiknya masih banyak terjadi variabilitas luasnya item-item yang dilaporkan atau diungkapkan. Hal ini dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang diprediksikan dalam penelitian ini antara lain *leverage*, *profitabilitas*, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan.

Fenomena yang dapat diambil peneliti terkait dengan judul ini adalah dilatarbelakangi lemahnya penegakan peraturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan, dan kepedulian terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Sesuai pemikiran diatas peneliti mengambil teknik *probability sampling*.

Sesuai dengan pemikiran diatas, membuat peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian yang menguji apakah kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dipengaruhi oleh *leverage* perusahaan, *profitabilitas*, ukuran dewan komisaris,. Judul yang diberikan untuk penelitian ini adalah : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019 - 2020).**

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh dari variabel *leverage*, *profitabilitas*, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan dan perusahaan terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia?”. Sesuai dengan rumusan masalah ini, maka dapat dijabarkan menjadi beberapa pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah *leverage* perusahaan berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan?
2. Apakah *profitabilitas* perusahaan berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan?
3. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan?
5. Apakah status perusahaan berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah disebutkan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah faktor-faktor yang terdiri dari *leverage*, *profitabilitas*, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, dan status perusahaan yang dikategorikan sebagai perusahaan manufaktur berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

1. Untuk mengetahui pengaruh leverage terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab dan lingkungan perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh dewan komisaris terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab dan lingkungan perusahaan.
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab dan lingkungan perusahaan.
5. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

1.3. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis , Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta pengaplikasian ilmu yang didapat selama perkuliahan terkait penerapan akuntansi pokok dan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi Sarjana Akuntansi di Universitas HKBP Nommensen Medan.

2. bagi investor, maupun calon investor dalam melakukan analisa laporan keuangan sebagai bahan pertimbangan dalam keputusannya terkait dengan keputusan investasi. Hasil penelitian ini juga bermanfaat bagi organisasi/perusahaan untuk memberikan informasi dan pengetahuan tentang pentingnya melaksanakan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan dan praktik-praktik pengungkapan CSR. Sedangkan bagi para stakeholder penelitian ini bisa memberikan informasi dan pengetahuan dalam menilai aktivitas yang dilakukan oleh organisasi/perusahaan. Terakhir, bagi pembuat regulasi (pemerintah) hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi penyusunan standar akuntansi tentang akuntansi lingkungan dan dalam membuat berbagai kebijakan terkait praktik tanggung jawab sosial dan lingkungan *corporate* (perusahaan).
- 3 Bagi Pembaca Dapat memberi informasi untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mengenai penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM.,serta Dapat dijadikan bahan penyusunan penelitian yang serupa dan lebih mendalam.
- 4 Bagi Peneliti Dapat menampah variable penelitiannya

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1.Landasan Teori

2.1.1. Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Teori *Stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah suatu organisasi yang hanya sekedar bertanggung jawab terhadap para pemilik (*shareholders*) namun juga harus mementingkan dan memberi manfaat kepada para *stakeholder*-nya (pemegang saham, konsumen, investor, kreditor, supplier, pemerintah, masyarakat dan pihak-pihak lain yang berkepentingan dengan perusahaan). Hummels (1998) mendefinisikan :⁴

...(stakeholder are) individuals and groups who have legitimate claim on the organization to participate in the decision making process simply because they are affected by the organization's practices, policies and actions.

⁴ Hummels, Harry. Organizing Ethics : A Stakeholder Debate, Journal of Businnes, Ethics, Vol 17, 1998, Hal 1403 – 1419

Batasan *stakeholder* tersebut diatas mengisyaratkan perusahaan hendaknya memperhatikan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Apabila perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* maka dapat dipastikan perusahaan akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi *stakeholder*.

Stakeholder merupakan individu, sekelompok manusia, komunitas atau masyarakat baik secara keseluruhan maupun secara parsial yang memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan.

Perusahaan merupakan bagian dari sistem nilai sosial yang ada dalam sebuah wilayah baik yang bersifat lokal, nasional, maupun internasional berarti perusahaan merupakan bagian dari masyarakat secara keseluruhan. Masyarakat sendiri menurut definisinya bisa dijelaskan sebagai kumpulan peran yang diwujudkan oleh elemen-elemen (individu dan kelompok) pada suatu kedudukan tertentu yang peran-peran tersebut diatur melalui pranata sosial yang bersumber dari kebudayaan yang telah ada dalam masyarakat (Budimanta, dkk, 2008).

Agar perusahaan mampu berkembang dan bertahan lama di dalam masyarakat maka perusahaan membutuhkan dukungan dari para *stakeholder*-nya. Para *stakeholder* memerlukan beragam informasi terkait kebijakan serta aktivitas perusahaan yang nantinya akan digunakan dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu perusahaan akan berusaha untuk memberikan semua informasi yang dibutuhkan perusahaan untuk mencari dukungan dari para *stakeholder*-nya. Salah satu Informasi ini adalah informasi yang berhubungan dengan aktivitas tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan.

2.1.2. Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan memiliki arti bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitarnya. Kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan manusia, komunitas maupun lingkungan pasti memiliki dampak terhadap kehidupan di sekitar perusahaan. Dampak tersebut kemungkinan dapat berupa dampak positif maupun dampak negatif. Dampak negatif yang timbul seringkali terjadi karena perusahaan tidak memperhatikan kondisi lingkungan tempat perusahaan berada. Oleh karena itu *Social Responsibility (CSR)*. Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap pemegang saham (pemilik), tetapi juga kepada semua pihak (konsumen, pegawai, kreditur, dsb) yang memiliki kontribusi penting bagi keberhasilan perusahaan (Frederick et al. 1992).

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai suatu konsep meski telah ramai diperbincangkan, sampai saat ini masih belum memiliki batasan yang sepadan. Banyak ahli dan para praktisi masih belum memiliki kesamaan dalam memberikan definisi, meskipun dalam banyak hal memiliki kesamaan esensi.

Johnson and Johnson (2006) mendefinisikan :⁵

...Corporate Social Responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society.

Definisi tersebut pada dasarnya menerangkan bahwa CSR berangkat dari filosofi bagaimana cara mengelola perusahaan baik sebagian secara keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan.

Definisi tersebut pada dasarnya menerangkan bahwa CSR berangkat dari filosofi bagaimana cara mengelola perusahaan baik sebagian secara keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan.

⁵ Johnson and Johnson, *The Cooperative Learning in The Classroom Institute*, Vol 24, Issue March 2006

Untuk itu perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan. Lain halnya dengan *World Bank* (Bank Dunia) yang mendefinisikan CSR sebagai:⁶

CSR is commitment of bussiness to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of live, in ways that are both good for business and good for sustainaibility development.

Maksud dari definisi di atas adalah CSR merupakan suatu komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan yang dapat bekerja sama dengan karyawan dan perwakilan mereka, masyarakat sekitar dan masyarakat yang lebih luas untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan cara yang baik bagi bisnis maupun baik bagi pembangunan berkelanjutan.

Sedangkan menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) yang merupakan lembaga internasional dan telah berdiri sejak tahun 1955 dengan beranggotakan 120 perusahaan multinasional yang berasal dari 30 negara lewat publikasinya yang berjudul „*Making Good Business Sense*”, mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut :

...Continuing commitment by business to behave ethically and contributed to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large”

⁶ Ismurniati, W. 2010. Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan informasi Dalam Laporan Keuangan Tahunan Dengan Sampel Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. Skripsi. Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

Definisi tersebut menunjukkan tanggung jawab sosial merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk peningkatan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi golongan keluarga, sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.

2.1.3. Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) di Indonesia

Pengungkapan atau *Disclosure* dapat diartikan sebagai pemberian informasi bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap informasi tersebut (Ghazali dan Chariri, 2007). Terdapat tiga kriteria pengungkapan yang digunakan yaitu cukup (*adequate*), wajar (*fair*), dan lengkap (*full*).

Pengungkapan pertama yaitu pengungkapan cukup artinya cakupan pengungkapan minimal yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah agar informasi yang disampaikan tidak menyesatkan. Pengungkapan wajar adalah tujuan etis dalam memberikan perlakuan yang sama dan bersifat umum terhadap semua pemakai informasi yang relevan. Pengungkapan lengkap adalah penyajian semua informasi yang relevan.

Anggraini (2006) menyatakan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*) semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya.⁷ Masyarakat sebagai pihak luar perusahaan membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi. Oleh karena itu dalam perkembangan sekarang ini akuntansi konvensional telah banyak dikritik karena tidak dapat mengakomodir kepentingan

⁷ Anggraini, F.R.R., 2006, Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta), Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang.

masyarakat secara luas. Hal ini yang kemudian menyebabkan munculnya konsep akuntansi baru yang disebut sebagai *Social Responsibility Accounting* (SRA) atau Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial.

Kewajiban pengungkapan CSR telah diatur dalam beberapa ketentuan. Ketentuan pertama adalah ketentuan yang dikeluarkan oleh Bapepam No. Kep. 38/PM/1996. Ketentuan ini menyatakan ada 2 jenis pengungkapan yang digunakan di Indonesia. Pertama adalah pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*), yaitu informasi yang harus diungkapkan oleh emiten yang diatur oleh peraturan pasar modal di suatu negara. Sedangkan yang kedua adalah pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*).

Pengungkapan sukarela berarti pengungkapan yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh standar yang ada. Ketentuan atau regulasi ini tidak mengharuskan perusahaan melakukan pengungkapan. Oleh karena itu perusahaan memiliki kebebasan untuk mengungkapkan atau tidak mengungkapkan informasi sosialnya.

Chariri dan Ghozali (2007) mengungkapkan bahwa informasi diungkapkan dapat mengakibatkan kegagalan pasar, hal tersebut disebabkan karena adanya pembenaran akan intervensi pemerintah untuk memaksa perusahaan untuk melakukan pengungkapan. Pengungkapan itulah yang disebut pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*).

Di Indonesia yang menjadi otoritas pengungkapan wajib adalah Bapepam (Badan Pengawas Pasar Modal).

Sedangkan ketentuan yang kedua yaitu ketentuan yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (revisi 2009) paragraf sembilan secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial, yaitu sebagai berikut :

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peran penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”

Pernyataan diatas mengisyaratkan bahwa aturan atau regulasi pemerintah mengenai pengungkapan telah disebutkan dengan jelas melalui keputusan Bapepam dan pernyataan Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) dalam PSAK No. 1 (revisi 2009).⁸

Hal ini dapat mendorong perusahaan untuk lebih mau mengungkapkan kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosialnya di dalam laporan tahunan (*annual report*) Pernyataan mengenai kewajiban pengungkapan ini juga semakin dipertegas dengan ketentuan pemerintah dalam undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 Pasal 66 dan Pasal 74. Pasal 66 ayat (2) bagian C menyebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perseroan terbatas juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pasal 74 menjelaskan kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam.

Pengungkapan di Indonesia sendiri telah mengacu pada berbagai standar pengungkapan yang digunakan negara-negara lain di seluruh dunia. Salah satunya standar pengungkapan dari *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI merupakan jaringan berbasis organisasi yang telah mempelopori perkembangan dunia, menggunakan kerangka laporan berkelanjutan paling banyak dan berkomitmen untuk terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia. Standar GRI digagas oleh PBB lewat *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) dan UNEP pada tahun 1997.

⁸ Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI), 2009, Standar Akuntansi Keuangan, Jakarta: Salemba Empat.

Standar yang mengacu pada GRI (*Global Reporting Index*) membagi indikator kinerja menjadi 3 komponen utama yaitu, ekonomi, lingkungan hidup dan sosial yang menyangkut hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk dan masyarakat. Di dalam indeks GRI dijelaskan indikator-indikator tentang beberapa kategori CSR yang mencakup 79 indikator yang terdiri dari 9 indikator ekonomi, 30 indikator lingkungan hidup, 14 indikator praktik tenaga kerja, 9 indikator hak asasi manusia, 8 indikator kemasyarakatan, dan 9 indikator terkait tanggung jawab produk.

Pada setiap kategori pengungkapan GRI tersebut terdiri dari beberapa item sehingga sehingga apabila dijumlahkan totalnya menjadi 79 item. Masing-masing item pada tiap kategori pengungkapan diberi skor 1 sehingga jika perusahaan mengungkapkan 1 item saja maka skor yang diperoleh adalah 1. Jadi jumlah skor maksimal jika perusahaan mengungkapkan semua item kategori pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah 79. Item-item yang disebutkan GRI *guidelines*, minimal harus mencakup antara lain :⁹

- a. Indikator kinerja ekonomi (*economics*)
- b. Indikator kinerja lingkungan hidup (*environment*)
- c. Indikator kinerja praktik ketenagakerjaan dan lingkungan (*labour practices*)
- d. Indikator kinerja hak asasi manusia (*human rights*)
- e. Indikator kinerja praktik ketenagakerjaan dan lingkungan (*society*)
- f. Indikator kinerja tanggung jawab produk (*product responsibility*)

2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan

Setiap perusahaan mempunyai kebijakan yang berbeda-beda mengenai kebijakan pengungkapan sosial sesuai dengan karakteristik perusahaan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam penelitian ini faktor-

⁹ GRI. 2013. Sustainability Reporting Guidelines. www.globalreporting.org. diakses tanggal 16 Juni 2014

faktor yang mempengaruhi kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diproksikan kedalam *leverage*, *profitabilitas*, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan dan status perusahaan.

2.1.4.1 *Leverage*

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung kepada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya.¹⁰ Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* rendah berarti lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Dengan demikian, tingkat *leverage* perusahaan, menggambarkan risiko keuangan perusahaan (Rismanda, 2003).

Gitusudarmo (2000) mengatakan *leverage* merupakan keadaan yang terjadi pada saat perusahaan memiliki biaya tetap yang harus ditanggung. Seberapa besar biaya tetap operasi perusahaan merupakan bagian dari biaya total operasi suatu perusahaan seperti biaya tetap pabrikasi, biaya administrasi, dan biaya penjualan. Penelitian yang dilakukan Ainun Naim dan Fuad Rakhman (2000) membuktikan bahwa rasio *leverage* memiliki hubungan yang positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

2.1.4.2 *Profitabilitas*

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan dengan penjualan, total aktiva, dan ekuitas. Pengukuran *profitabilitas* merupakan aktivitas yang membuat manajemen menjadi lebih bebas dan fleksibel dalam mengungkapkan pertanggungjawaban sosial perusahaan kepada pemegang saham (Heinze (dalam Rosmasita, 2007).

¹⁰ ¹⁰ Wijaya, Maria. 2012. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi.1 (1):26-30.

Semakin tinggi tingkat *profitabilitas* perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan (Zaleha, 2005).

Para peneliti terdahulu banyak yang mendasarkan penelitian mengenai pengaruh *profitabilitas* dengan *stakeholder theory* yang mengakui adanya hubungan antara kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dengan *profitabilitas* perusahaan yang bersangkutan (Sun, et al., 2010). Manajemen perusahaan yang memiliki pemahaman dan pengetahuan mengelola perusahaan dengan baik akan mampu menciptakan *profit* atau keuntungan. Hal ini yang membuat manajemen perusahaan akan lebih memahami pentingnya tanggung jawab sosial untuk diungkapkan di dalam laporan tambahan atau laporan tahunan perusahaan.

Dalam hubungannya dengan tanggung jawab sosial perusahaan, *profitabilitas* dijelaskan ketika suatu perusahaan memiliki laba yang tinggi, maka perusahaan tidak disarankan untuk melaporkan hal-hal yang mengganggu tentang suksesnya keuangan perusahaan. Sebaliknya ketika *profitabilitas* perusahaan rendah maka perusahaan berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan. Hal ini menggambarkan keberagaman hasil penelitian terkait hubungan *profitabilitas* dengan pengungkapan. Mengingat ketidakkonsistenan dari hasil penelitian terdahulu maka dalam penelitian ini peneliti akan menguji kembali pengaruh dari *profitabilitas* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan di Bursa Efek Indonesia (BEI).

2.1.4.3 Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan salah satu elemen penting bagi tata kelola perusahaan yang bertugas mengawasi pelaksanaan aktivitas perusahaan sehingga dikelola dengan semestinya oleh agen mereka (Said, et al., 2009). Di Indonesia mekanisme pengangkatan dan pemberhentian

dewan komisaris harus mendapat persetujuan dari Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Menurut Undang-Undang No. 40 Th. 2007 dewan komisaris bertugas memberikan pengarahan dan nasehat kepada direksi dan memastikan bahwa direksi telah melaksanakan *Good Corporate Governance* (GCG) dalam aktivitas bisnisnya.

Dewan komisaris sebagai organ perusahaan bertugas dan bertanggung jawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan *corporate governance* yang baik. Namun, dewan komisaris tidak boleh ikut serta dalam pengambilan keputusan operasional. Fungsi pengawasan dan pemberian nasihat oleh dewan komisaris mencakup tindakan pencegahan, perbaikan, sampai dengan pemberhentian direksi secara sementara (KCKG, 2006). Dewan komisaris sebagai puncak dari sistem pengelolaan internal perusahaan, memiliki peranan terhadap aktivitas pengawasan. Komposisi dewan komisaris akan menentukan kebijakan perusahaan termasuk praktik dan pengungkapan CSR.

Penelitian yang telah dilakukan oleh (Sembiring, 2005) menduga ukuran dewan komisaris berhubungan positif dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian oleh Forker (1992) dalam Said, et al (2009) menemukan bahwa semakin tinggi proporsi komisaris independen akan meningkatkan kualitas pengungkapan perusahaan.

Keberadaan komisaris independen dapat mendorong dewan komisaris mengambil keputusan secara objektif yang melindungi seluruh pemangku kepentingan. Jika dikaitkan dengan teori agensi maka ukuran atau jumlah dewan komisaris yang semakin besar akan memudahkan perusahaan dalam mengawasi dan memonitoring tindakan yang dilakukan manajemen dengan efektif. Selain itu juga, tekanan yang akan dihadapi dewan komisaris juga semakin besar. Hal ini

mengakibatkan dewan komisaris harus bertindak dengan memberi dorongan kepada manajemen untuk mengungkapkan pengungkapan tanggung jawab sosial lebih luas.

2.1.4.4 Ukuran Perusahaan (*Firm's Size*)

Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Secara umum perusahaan besar memiliki kelengkapan informasi yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan tersebut untuk melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan kata lain semakin besar aset suatu perusahaan maka akan semakin besar tanggung jawab sosialnya, dan hal ini akan dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga pengungkapannya juga semakin luas (Lerner, 1991) dalam Siregar, 2001).

Sembiring (2005) dalam Mahdiyah (2008) menyatakan bahwa perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Jensen and Meckling (1976); Marwata (2001); dalam Mahdiyah (2008) menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Oleh karena itu pengungkapan informasi sosial yang lebih luas sengaja dilakukan oleh perusahaan besar sebagai upaya perusahaan untuk mengurangi biaya-biaya politis tersebut. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diprosikan dengan nilai *log total asset*.

2.1.5. Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian terdahulu tentang pengungkapan praktik CSR di Indonesia telah banyak dilakukan, dimana hasil penelitiannya membuktikan bahwa variabel ukuran perusahaan yang diprosikan dengan penjualan bersih dan tipe industri berpengaruh signifikan terhadap

pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan, sedangkan variabel *profitabilitas* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005). Penelitian tersebut berusaha menguji pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR di perusahaan Indonesia. Faktor-faktor dalam penelitian ini meliputi variabel ukuran perusahaan, *profile* perusahaan, ukuran dewan komisaris, *profitabilitas*, dan *leverage* perusahaan sebagai variabel independen. Hasil penelitian Sembiring (2005) berhasil membuktikan bahwa ukuran perusahaan, *profile* perusahaan, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan di Indonesia, sedangkan variabel *leverage* dan *profitabilitas* tidak mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan di Indonesia.

Anggraini (2006) melakukan penelitian tentang tingkat pengungkapan CSR dan menguji faktor-faktor yang diduga mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian ini mengacu pada kategori pelaporan kelestarian perusahaan (*corporate sustainability reporting*) milik Darwin (2004), dengan kinerja lingkungan, kinerja ekonomi, dan kinerja sosial sebagai indikator-indikatornya. Anggraini (2006) mengambil data penelitian dari semua sektor perusahaan yang listing di BEI antara tahun 2000-2004. Dengan menggunakan faktor kepemilikan manajemen, hutang, ukuran, tipe perusahaan, dan *profitabilitas* sebagai variabel independen, Anggraini (2006) menemukan bahwa kepemilikan manajemen dan jenis industri menjadi bahan pertimbangan oleh perusahaan dalam pengungkapan kegiatan Corporate Social Responsibility-nya

Sedangkan variabel dependennya adalah pengungkapan informasi sosial. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa variabel ukuran perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Variabel lainnya yaitu

ukuran dewan komisaris dan *profitabilitas* memperlihatkan hasil yang sebaliknya kedua variabel ini secara signifikan mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang listing di BEJ pada tahun 2007.

Tabel 2.1

Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Tujuan	Metode Analisis	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Sembiring (2005)	Meneliti faktor-faktor Yang mempengaruhi Pengungkapan CSR di Indonesia	Regresi Berganda	-Independen Ukuran perusahaan, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, <i>profitabilitas</i> , dan <i>leverage</i> perusahaan - Dependen CSR Disclosure	Menemukan bahwa variabel ukuran perusahaan, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, Berpengaruh Terhadap Pengungkapan CSR di Indonesia
2.	Anggraini (2006)	Melakukan Penelitian tentang tingkat Pengungkapan CSR dan Menguji faktor-faktor	Regresi Berganda	-Independen Faktor kepemilikan manajemen, hutang, ukuran perusahaan, Tipe	Membuktikan Bahwa Kepemilikan manajemen dan tipe industri Dijadikan

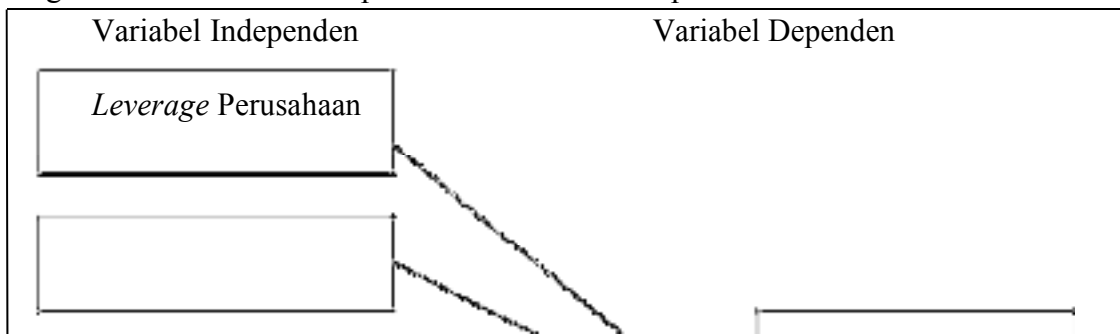
		Yang Digunakan Perusahaan Untuk mengungkapka n CSR		perusahaan, Dan <i>profitabilitas</i> - Dependen CSR Discloure	pertimbangan oleh perusahaan untuk mengungkapkan CSR
--	--	---	--	--	---

2.1.6. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel independennya meliputi *leverage* perusahaan, *profitabilitas*, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, dan status perusahaan. Sedangkan variabel dependennya adalah kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kerangka pemikiran teoritis untuk pengembangan hipotesis pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.1 berikut:

Gambar 2.1

Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen



<i>Profitabilitas</i>	(+)	
Ukuran Dewan Komisaris	(+)	Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)
Ukuran Perusahaan	(+)	
Status Perusahaan	(+)	

2.1.7. Pengembangan Hipotesis

2.1.7.1. Pengaruh *Leverage* Perusahaan Terhadap Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Leverage merupakan rasio untuk mengatur besarnya aktiva yang dibiayai oleh utang atau proporsi total utang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dibanding perusahaan dengan tingkat *leverage* yang lebih rendah.

Penelitian terdahulu yang berhasil menemukan hubungan antara dua variabel ini adalah penelitian dari Ainun Nai'm dan Fu'ad Rakhman (2000). Oleh karena itu hipotesis pertama yang diajukan adalah sebagai berikut :

H1 : *Leverage* perusahaan berpengaruh positif terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.1.7.2. Pengaruh *Profitabilitas* Perusahaan Terhadap Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Rasio *profitabilitas* merupakan jenis rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan menghasilkan laba (*profit*) pada tingkat penjualan, aset, dan modal. Dalam prakteknya menurut Kasmir (2008 : 199) jenis-jenis rasio *profitabilitas* yang dapat digunakan adalah *profit margin (profit margin on sales)*, *return on asset (ROA)*, *return on equity (ROE)*, dan laba per lembar saham.

Profitabilitas merupakan faktor yang digunakan oleh manajemen untuk lebih bebas dan fleksibel dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial kepada pemegang saham. Hubungan anatar *profitabilitas* dan kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, sehingga perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang mengganggu tentang sukses keuangan tersebut. Sebaliknya ketika tingkat *profitabilitas* rendah maka perusahaan berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis kedua penelitian ini adalah sebagai berikut :

H2 : *Profitabilitas* perusahaan berpengaruh positif terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.1.7.3. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dewan komisaris sebagai organ puncak pengelolaan internal perusahaan memiliki peran terhadap aktivitas pengawasan. Sehingga komposisi dewan komisaris menentukan kebijakan pengungkapan CSR. Menurut Coller dan Gregory (1999) dalam Sembiring (2005) bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Selain itu juga,

keberadaan dewan komisaris yang independen (*outside member board*) akan semakin menambah efektivitas pengawasan. Komposisi dewan komisaris yang independen umumnya merupakan sebuah solusi untuk mengatasi masalah kegaenan. Berdasarkan pemikiran diatas maka hipotesis ketiga penelitian ini adalah sebagai berikut :

H3 : Ukuran dewan komisaris perusahaan berpengaruh positif terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.1.7.4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Beberapa penelitian terdahulu membuktikan bukti empiris tentang adanya hubungan antara pengaruh ukuran perusahaan dengan *corporate social and environment disclosure* (Siregar, 2010; Mahdiyah, 2010; Zaleha, 2005). Semakin besar perusahaan maka akan semakin besar juga kemungkinan perusahaan untuk melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosialnya. Berdasarkan peraturan yang diamanahkan dalam Pasal 66 UU nomor 40 Tahun 2007 maka tanggung jawab sosial perusahaan harus dilaporkan dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan.

Lerner (1991) sebagaimana dikutip oleh Siregar (2010) juga menyatakan bahwa semakin besar aset sebuah perusahaan maka semakin besar tanggung jawab sosialnya, dan hal ini akan dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga pengungkapannya juga semakin luas. Hal ini juga didukung dengan penelitian Cowen (1987). Maka, berdasarkan pemikiran diatas hipotesis keempat penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

2.1.7.5. Pengaruh Status Perusahaan Terhadap Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Status perusahaan dapat dikategorikan menjadi 2 kategori utama yaitu perusahaan BUMN dan perusahaan non BUMN. Jika dibandingkan dengan perusahaan yang tergolong perusahaan non BUMN, perusahaan BUMN memiliki kewajiban yang lebih luas dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Hal ini dikarenakan sebagian besar saham yang ada di perusahaan BUMN adalah saham yang dimiliki oleh pemerintah, negara atau rakyat.

Selain itu juga Perusahaan BUMN diwajibkan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya berdasarkan ketentuan pemerintah melalui SK No. 236/MBU/2003 yang menyatakan bahwa perusahaan BUMN wajib mengungkapkan tanggung jawab sosialnya melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Dengan dikeluarkannya ketentuan ini maka, ada tekanan politis terhadap perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial yang lebih luas (Yulianto, 2001). Berdasarkan hal ini maka diajukan hipotesis kelima penelitian ini adalah sebagai berikut :

H5 : Status perusahaan BUMN berpengaruh positif terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1. Variabel Dependen

Variabel dependen yang diteliti dalam penelitian ini adalah kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan adalah proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap pemegang saham, kreditor, karyawan, dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Pengungkapan informasi sosial dikelompokkan menjadi 6 kelompok sesuai dengan kategori informasi sosial menurut *Global Reporting Initiatives (GRI)* (2000-2006) yang telah disesuaikan dengan pelaksanaan *CSR* di Indonesia. Kategori dalam *GRI* ini meliputi kategori *economic, environment, labour practices, human rights, society, dan product responsibility*. Pada setiap kategori tersebut terdiri dari beberapa item sehingga totalnya menjadi 79 item. Masing-masing item pada tiap-tiap indikator pengungkapan diberi skor 1 sehingga jika perusahaan mengungkapkan satu item saja maka skor yang diperoleh adalah 1. Jadi apabila perusahaan mengungkapkan semua item kategori pengungkapan tanggung jawab sosial skor maksimal yang akan diperoleh adalah 79. Adapun rumus untuk menghitung indeks pengungkapan *CSR* menurut kategori *GRI* sebagai berikut :

$$\text{CSRDI} = \frac{\text{Jumlah item CSR yang diungkapkan}}{79}$$

Pengukuran indeks pengungkapan *CSR* dilakukan dengan menggunakan metode content analisis (*content analysis*) yaitu suatu pengkodifikasian teks dengan ciri-ciri yang sama ditulis dalam kelompok atau kategori berdasarkan kinerja yang ditentukan (Weber 1988, Sembiring

2005 dalam Rakhmawati 2011). Pengukuran luas kebijakan pengungkapan CSR ini dilakukan dengan cara *non repeated* yaitu hanya menghitung satu kali untuk setiap untuk item-item yang diungkapkan, tanpa mempertimbangkan apakah item tersebut disebutkan kembali di halaman lain atau bagian lain dengan bahasa yang berbeda.

Selain menggunakan laporan tahunan (*annual report*). Pengukuran pengungkapan CSR juga dilakukan dengan melihat item-item pengungkapan yang termuat di dalam laporan tambahan atau laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*) dalam mengukur luas pengungkapan CSR berdasarkan item pengungkapan yang termuat dalam GRI (*Global Reporting Index*) *Guidelines versi 3.0*

3.1.2. Variabel Independen

3.1.2.1. Leverage perusahaan

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Skala pengukuran untuk menghitung *leverage* perusahaan adalah dengan menggunakan rasio. *Leverage* yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio hutang terhadap modal sendiri (*debt to total asset ratio*).

$$\text{Debt to Total Aset Ratio} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Aset}}$$

3.1.2.2. Profitabilitas

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Terdapat beberapa ukuran untuk menentukan profitabilitas perusahaan, yaitu : return of equity, return on assets, earning per share, net profit dan operating ratio. Semakin tinggi profitabilitas, maka semakin tinggi efisiensi

perusahaan dalam memanfaatkan fasilitas perusahaan (Sartono, 2001) Penelitian ini menggunakan ROA sebagai proksi dari profitabilitas. ROA memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam melakukan efisiensi penggunaan total assets untuk operasional perusahaan.

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Data ROA dapat diperoleh langsung dari perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam *Indonesia Capital Market Directory* (ICMD) dan dari laporan tahunan (*annual report*) perusahaan.

3.1.2.3. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah salah satu mekanisme yang banyak dipakai untuk memonitor manajer. Ukuran dewan komisaris yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah seluruh dewan komisaris dalam suatu perusahaan. Ukuran dewan komisaris dihitung dengan cara menghitung jumlah dewan komisaris yang disebutkan dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan.

3.1.2.4. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besarnya kecilnya perusahaan dilihat dari berbagai aspek. ukuran perusahaan bisa didasarkan pada jumlah aktiva (aktiva tetap, tidak berwujud dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar (Nur Cahyonowati, 2003). Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma total aset perusahaan dari (Alexander, 2006) yang bertujuan untuk mewakili ukuran perusahaan. Semakin besar total aset maka semakin besar ukuran perusahaan. Variabel ini diukur dengan Ln aset.

Ukuran Perusahaan = LOG (*Total Aset*)

3.1.2.5 Status Perusahaan.

Status perusahaan memiliki kewajiban dalam pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* melalui program PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan).

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020. Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian sampel adalah :

1. Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI yang menerbitkan dan mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) lengkap selama tahun 2020.
2. Tersedia laporan keuangan perusahaan secara lengkap selama tahun 2019 - 2020 baik secara fisik maupun melalui website www.idx.co.id atau pada website masing-masing perusahaan.
2. Perusahaan manufaktur yang memiliki total aset dibawah 5 milliyar selama periode 2019-2020

Tabel 3.1

Populasi Sampel Penelitian

No	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Selama Tahun 2019 – 2020	100
2	Perusahaan Manufaktur yang mempublikasikan Laporan Keuangan tahunan secara lengkap dan berturut – turut selama periode 2019– 2020	48
3	Perusahaan Manufaktur yang memilik total aset di bawah 5	31

	milliyar selama periode 2019 – 2020	
	Jumlah Sampel Penelitian	21

Dari tabel diatas diketahui bahwa jumlah sampel perusahaan manufaktur selama periode tahun 2019 – 2020 dari penelitian ini adalah sebanyak 20 perusahaan. Daftar perusahaan sampel disajikan dalam tabel 3.2 sebagai berikut :

Tabel 3.2

Daftar sampel perusahaan manufaktur

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk
2	INTP	Indocement Tungal Perkasa Tbk
3	CTBN	Citra Tubindo Tbk
4	ISSP	PT. Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk

5	KRAS	Krakatau Stell (Persero) Tbk
6	AGII	PT. Aneka Gas Industri Tbk
7	BUDI	PT. Budi Starch & Sweetener Tbk
8	MOLI	PT. Madusari Murni Indah Tbk
9	TPIA	PT. Chandra Asri Petrochemical Tbk
10	IPOL	Indopoly Swakarsa Industry Tbk
11	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
12	SULI	PT. SLJ Globak Tbk
13	INRU	Toba Pulp Lestari Tbk
14	AUTO	Astra Otoparts Tbk
15	BRAM	Indo Kordsa Tbk
16	GJTL	Gajah Tunggal Tbk
17	SMSM	Selamat Sempurna Tbk
18	PTSN	Sat Nusapersada Tbk
19	ADES	Akasha Wira International Tbk
20	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
21	ABDA	Asuransi Bina Dana Arta Tbk

3.2.1 Teknik Sampling

Disini peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Alasan menggunakan teknik purposive sampling adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai yaitu “Perusahaan Manufaktur yang konsisten harus listing mempublikasikan laporan keuangan tahunan nya ke Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2020”.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data sekunder yang berupa laporan tahunan tahun 2019 - 2020 perusahaan sampel. Data *leverage*, *profitabilitas*, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan dan status perusahaan diperoleh langsung dari data yang terdapat dalam (*Indonesian Capital Market Directory (ICMD)*) dengan periode waktu tahun 2019 - 2020.

3.4. Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan metode dokumentasi, yaitu merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data berupa laporan tahunan yang telah dipublikasikan oleh perusahaan sampel pada periode tahun 2019 – 2020 di website Bursa Efek Indonesia (*www.idx.co.id*). pengumpulan data dilakukan dengan cara menelusuri laporan tahunan perusahaan yang terpilih menjadi sampel penelitian. Sebagai panduan maka digunakan *check-list* atau daftar pertanyaan yang berisi item-item pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

3.5. Teknik Analisis Data

3.5.1. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah model regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif, maka model tersebut harus memenuhi asumsi klasik regresi. Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, multikolinearitas, dan heterokedastisitas.

3.5.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya memiliki distribusi data yang normal/tidak, uji yang dipakai adalah *Kolmogorov-Smirnov*. Uji ini dilakukan dengan membandingkan *probabilitas* yang diperoleh dengan taraf signifikansi $\alpha=0,05$.

Dalam uji normalitas ini ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2009). Alat uji yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan analisis grafik histogram dan grafik normal probability plot dan uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov Z (1-sample K-S)*. Dasar pengambilan keputusan dengan analisis grafik normal probability plot adalah (Ghozali, 2009):

1. Jika titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika titik menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Dasar pengambilan keputusan uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirov Z (1- Sample K-S)* adalah (Ghozali, 2009) :

1. Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak. Hal ini berarti data residual terdistribusi tidak normal.
2. Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05, maka H_0 diterima. Hal ini berarti data residual terdistribusi normal.

3.5.1.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah hubungan antara variabel prediktor atau independen terhadap variabel prediktor yang lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara

variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghazali, 2006). Uji multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat nilai *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai (VIF) kurang dari 10 maka nilai *tolerance* $> 0,10$ maka model regresi berganda tidak terjadi multikolinearitas.

3.5.1.3 Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Situasi heterokedastisitas akan menyebabkan penafsiran koefisien regresi tidak efisien. Model regresi yang baik adalah bila varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap atau homekedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heterokedastisitas pada penelitian ini diuji dengan melihat grafik *scatterplot* antar nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan nilai residualnya (SRESID). Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut (Ghozali, 2009):

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.2 Analisis Regresi Berganda

Setelah mengumpulkan semua data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan serangkaian tahap penghitungan dan pengolahan data tersebut, agar dapat mendukung hipotesis yang telah diajukan.

Adapun tahap-tahap penghitungan dan pengolahan data sebagai berikut:

1. Menghitung karakteristik implementasi *CSR Disclosure* perusahaan yang diproksikan dalam variabel *leverage* perusahaan, *profitabilitas*, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan,
2. Menghitung indeks CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan atau laporan berkelanjutan (*Sustainability Report*) perusahaan dengan pedoman item pengungkapan CSR dari GRI.
3. Menghitung model regresi

Untuk menguji hipotesis digunakan model regresi linier berganda. Metode regresi linier berganda dilakukan terhadap model yang diajukan peneliti dengan menggunakan software SPSS Versi 24 untuk mengetahui pengaruh antar variabel terikat dan variabel bebas. Pengujian masing-masing hipotesis dilakukan dengan menguji masing masing koefisien regresi dengan uji t. Model regresi linear berganda ditunjukkan oleh persamaan berikut ini :

$$Y = \alpha + \beta_1LEV + \beta_2ROA + \beta_3KOM + \beta_4LOG_ASSET + \beta_5BUMN + \varepsilon ..$$

Keterangan :		
Y	:	Jumlah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
A	:	Konstanta
LEV	:	tingkat <i>leverage</i>
ROA	:	<i>Profitabilitas</i>
KOM	:	ukuran dewan komisaris
LOG_ASSET	:	ukuran perusahaan
E	:	Error

3.5.3 Pengujian Hipotesis

Ada dua jenis pengujian alat uji statistik dalam menguji hipotesis yaitu uji parametrik dan non parametrik. Uji parametrik digunakan untuk menguji jika distribusi data yang digunakan normal sebaliknya uji non parametrik digunakan ketika distribusi data yang digunakan tidak normal.

Statistik parametrik digunakan apabila peneliti mengetahui fakta yang pasti mengenai sekelompok data yang menjadi sumber sampel (J. Supranto, 2001 dalam Rosmasita, 2006). Menurut Ghazali (2009) ada beberapa kondisi yang harus dipenuhi agar uji statistik parametrik dapat digunakan yaitu :

1. Observasi harus independen.
2. Populasi awal observasi harus berdistribusi normal.
3. Analisis dalam dua grup harus menggunakan populasi yang sama dalam setiap grup.
4. Variabel diukur paling tidak dalam skala interval.

Jika distribusi data bersifat normal, maka menggunakan uji statistik parametrik. Uji regresi merupakan salah satu uji statistik parametrik, sedangkan untuk menguji hipotesis yang digunakan peneliti yaitu: uji pengaruh simultan (F), uji koefisien determinasi, dan uji pengaruh parsial (t test).

3.5.3.1 Uji Koefisien Determinasi

Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu (1) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Nilai R² digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variabel independen, tetapi karena R² mengandung kelemahan mendasar, yaitu adanya bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model, maka dalam penelitian ini menggunakan *adjusted* R² berkisar antara 0 dan 1. Jika nilai *adjusted* R² semakin mendekati 1 maka makin baik kemampuan model tersebut dalam menjelaskan variabel dependen.

3.5.3.2 Uji Parsial (t test)

Uji T independen dilakukan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah (Ghazali, 2006). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 $\alpha=0,05$. Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Apabila nilai signifikansi $t < 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Bila nilai signifikansi $t > 0,05$, maka H_0 diterima, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen

