

## PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN KEPEMILIKAN PUBLIK TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Meita Wahyu Rindawati  
*meita\_rindawati@yahoo.com*  
Nur Fadjrih Asyik

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

*The CSR program is an investment for the company for the sake of growth and sustainability of the company and it is no longer seen as a means of cost (cost center) but rather as a means of profit (profit center). The CSR program is also the commitment of the company in order to support the making of sustainable development. The purposes of this research are: (1) the positive influence of profitability to the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) on the manufacturing companies which are listed in Indonesia Stock Exchange; (2) the positive influence of firm size to the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) on the manufacturing companies which are listed in Indonesia Stock Exchange; (3) the positive influence of leverage to the to the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) on the manufacturing companies which are listed in Indonesia Stock Exchange; (4) ) the positive influence of public ownership to the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) on the manufacturing companies which are listed in Indonesia Stock Exchange. The results of this research show that: (1) profitability has positive influence to the CSR disclosure index of the manufacturing companies which are listed in Indonesia Stock Exchange; (2) firm size does not have negative influence to the CSR disclosure index of the manufacturing companies which are listed in Indonesia Stock Exchange; (3) Leverage has negative influence to the CSR disclosure index of the manufacturing companies which are listed in Indonesia Stock Exchange; (4) Public Ownership has negative influence to the CSR disclosure index of the manufacturing companies which are listed in Indonesia Stock Exchange.*

*Keywords: corporate social responsibility, profitability, size, leverage, public ownership.*

### ABSTRAK

Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya (*cost centre*) melainkan sebagai sarana meraih keuntungan (*profit centre*). Program CSR juga merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Tujuan penelitian ini untuk menguji adalah: (1) Pengaruh positif profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.; (2) Pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia; (3) Pengaruh positif *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia; (4) Pengaruh positif kepemilikan publik terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap indeks pengungkapan CSR perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia; (2) Ukuran perusahaan (*size*) tidak berpengaruh positif terhadap indeks pengungkapan CSR perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia; (3) *Leverage* tidak berpengaruh positif terhadap indeks pengungkapan CSR perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia; (4) Kepemilikan publik tidak berpengaruh terhadap indeks pengungkapan CSR perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Kata kunci: *corporate social responsibility, profitabilitas, size, leverage, kepemilikan publik.*

## PENDAHULUAN

Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya (*cost centre*) melainkan sebagai sarana meraih keuntungan (*profit centre*). Program CSR juga merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Disisi lain masyarakat mempertanyakan apakah perusahaan yang berorientasi pada usaha memaksimalkan keuntungan-keuntungan ekonomis memiliki komitmen moral untuk mendistribusi keuntungan-keuntungannya membangun masyarakat lokal, karena seiring waktu masyarakat tak sekedar menuntut perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukan, melainkan juga menuntut untuk bertanggung jawab sosial.

Dewasa ini program CSR sedang menjadi *trend* di Indonesia, karena melalui inilah perusahaan dapat membangun reputasinya, seperti meningkatkan citra perusahaan dan pemegang sahamnya, posisi *merk* perusahaan, maupun bidang usaha perusahaan. Alasan tersebut mendorong perusahaan untuk berlomba-lomba meluncurkan berbagai program-program CSR yang beraneka ragam.

Menurut Gray et al. (dalam Sembiring, 2005), tumbuhnya peran perusahaan di tengah masyarakat melahirkan kritik dan kekhawatiran karena menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat *safety* produk, serta hak dan status tenaga kerja, sehingga sebagian besar perusahaan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia banyak yang sudah menerapkan CSR, karena mereka dituntut untuk bertanggung jawab, yaitu tidak hanya memaksimalkan laba perusahaan tetapi juga berkontribusi positif terhadap lingkungan sosial tempat mereka berdiri.

Selama ini aktivitas yang berhubungan dengan program CSR tidak memiliki standar atau praktik-praktik tertentu yang dianggap paling baik hingga pada bulan November 2010 Badan Standardisasi Internasional mengesahkan ISO 26000 yang merupakan panduan tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Isi dari ISO 26000:2010 pada dasarnya berupa definisi, prinsip, subjek, inti, dan petunjuk mengenai CSR serta bagaimana CSR tersebut ditegakkan di dalam suatu organisasi namun pengungkapan CSR dalam laporan keuangan perusahaan telah diatur di dalam Undang- Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007. Pada pasal 66 ayat (2) bagian C disebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pada pasal 74 ayat (1) disebutkan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Kurniati, 2011:18).

Sampai saat ini telah banyak dilakukan penelitian mengenai pengungkapan CSR. Namun dari berbagai penelitian tersebut banyak ditemui hasil penelitian yang berbeda satu sama lain. Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia memunculkan hasil yang beragam dan menarik untuk dikaji lebih dalam.

Misalnya pada penelitian yang membahas tentang pengaruh profitabilitas, hasil penelitian menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR (Sembiring, 2005; Hackston dan Milne, 1996). Penelitian ini sama dengan hasil penelitian Dewi (2008) yang belum berhasil membuktikan adanya pengaruh positif pada profitabilitas terhadap pengungkapan informasi sosial. Namun, hasil tersebut bertolak belakang dengan penelitian Roberts (1992), Gray et al. (dalam Sembiring, 2005), dan Kouhy (dalam Nurkhin, 2009) yang menyatakan bahwa profitabilitas sangat berpengaruh terhadap pengungkapan pelaksanaan CSR.

Penelitian yang membahas tentang ukuran perusahaan, menunjukkan bahwa ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan perusahaan. Menurut Siregar dan Utama (dalam

Nofandrilla, 2008), semakin besar ukuran perusahaan, informasi yang tersedia untuk investor dalam pengambilan keputusan sehubungan dengan investasi saham semakin banyak. Sembiring (2005) dan Nofandrilla (2008) menemukan pengaruh yang positif pada ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun, hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2009) dan Roberts (1992) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

*Leverage* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan mempunyai tingkat risiko hutang tak tertagihnya pada kreditur yang nantinya akan digunakan dalam membiayai aset perusahaan. Hasil penelitian mengenai hal ini juga sama yakni menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Jensen dan Meckling (1976) dan Apriwenni (2009) menunjukkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Namun berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Karpik (1989) dan Febriana (2010).

Salah satu faktor yang mendorong pengungkapan CSR oleh perusahaan yakni kepemilikan saham publik. Adanya kepemilikan saham oleh publik ini akan mendorong pengungkapan laporan tanggung jawab sosial oleh perusahaan. Menurut Effendi (2009:25) dewan komisaris akan membentuk sekelompok komite audit yang di dalamnya komite ini akan bekerja secara profesional dan independen yang tugasnya membantu dan memperkuat dewan komisaris dalam melaksanakan fungsi pengawasan (*oversight*) atas proses pelaporan keuangan, manajemen risiko, pelaksanaan audit, dan implementasi dari *corporate governance* di perusahaan-perusahaan. Adanya komite audit ini diharap bisa membantu kinerja dewan komisaris dalam mengungkap laporan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Dewi (2008).

Hasil penelitian yang berbeda-beda tersebut merupakan fenomena yang sangat menarik penulis untuk melakukan pengujian ulang. Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, penulis ingin melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan kepemilikan public terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur sebagai sampel karena perusahaan manufaktur memiliki *market capitalize* yang berarti harga saham perusahaan tersebut cukup tinggi. Pencapaian tersebut disebabkan banyak calon investor, kreditur, dan pemasok tertarik menjalin kerjasama dengan perusahaan manufaktur.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan kepemilikan publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## TINJAUAN TEORETIS DAN HIPOTESIS

### **Definisi *Corporate Social Responsibility***

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* lembaga internasional yang telah berdiri sejak tahun 1955, beranggotakan 120 perusahaan multinasional dari 30 negara dunia mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang *dibarengi* dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan beserta keluarganya, sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar, dan masyarakat lebih luas (Hadi, 2011). Sedangkan menurut draft ISO 26000 yang dimaksud dengan CSR merupakan sebuah tanggung jawab suatu perusahaan atas dampak dari berbagai keputusan dan aktivitas mereka terhadap lingkungan dan masyarakat melalui suatu perilaku yang terbuka dan etis.

### **Manfaat Corporate Social Responsibility**

Manfaat CSR bagi perusahaan antara lain: (1) Mempertahankan dan mendogkrak reputasi serta citra merek perusahaan; (2) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial; (3) Mereduksi risiko bisnis perusahaan; (4) Melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan; (5) Membuka peluang pasar yang lebih luas; (6) Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah; (7) Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*; (8) Memperbaiki hubungan dengan regulator; (9) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan; (10) Peluang mendapat penghargaan.

### **Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)**

*Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi ataupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Perusahaan hendaknya memperhatikan kepentingan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Jika hal ini tidak dilakukan akan menuai protes. Berdasarkan asumsi dasar *stakeholder theory*, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan sosial (*social setting*) sekitarnya.

Esensi teori *stakeholder* tersebut di atas jika ditarik interkoneksi dengan teori legitimasi yang mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya mengurangi *expectation gap* dengan masyarakat sekitar guna meningkatkan legitimasi (pengakuan) masyarakat, ternyata terdapat benang merah. Untuk itu, perusahaan hendaknya menjaga reputasi yaitu dengan cara menggeser pola orientasi (tujuan) yang semula semata-mata diukur dengan *economic measurement* yang cenderung *shareholder orientation* ke arah memperhitungkan faktor sosial sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah sosial masyarakat (*stakeholder orientataion*) (Hadi, 2011).

### **Teori Keagenan (Agency Theory)**

Teori keagenan menyatakan adanya hubungan antara prinsipal dan agen. Hubungan keagenan adalah sebuah kontrak dimana satu atau lebih prinsipal menyewa orang lain (agen) untuk melakukan beberapa jasa dan kepentingan mereka yaitu dengan mendelegasikan beberapa wewenang pembuatan keputusan kepada agen (Jensen dan Meckling, 1976). Konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil. Dalam hal ini manajer akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan. Sebaliknya semakin besar kepemilikan manajer didalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut.

### **Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)**

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitar baik fisik maupun nonfisik (Hadi, 2011). Deegan dan Tobin (2002) menjabarkan bahwa legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan terancam.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa legitimasi perusahaan dimata *stakeholder* merupakan faktor signifikan untuk mendukung citra dan reputasi perusahaan dimata *stakeholder* (Hadi, 2011). Dengan demikian, maka pengungkapan informasi CSR merupakan

investasi jangka panjang dan memiliki manfaat dalam meningkatkan *image* dan legitimasi, sehingga dapat dijadikan sebagai basis konstruksi strategi perusahaan.

### **Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)**

Adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian, dan keseimbangan dalam lingkungan, semua hal tersebut akhirnya memicu timbulnya sebuah kontrak sosial antara perusahaan dengan lingkungan dan masyarakat. Perusahaan adalah kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama yang merupakan bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, dimana antara keduanya saling pengaruh dan mempengaruhi. Untuk itu, agar terjadi keseimbangan (*equality*), maka perlu kontrak sosial (*social contract*) baik secara eksplisit maupun implisit sehingga terjadi kesepakatan-kesepakatan yang saling melindungi kepentingannya (Hadi, 2011).

### **Prinsip-prinsip Tanggung Jawab Sosial**

Crowther (2008) membagi menjadi tiga atas prinsip-prinsip tanggung jawab sosial, yaitu:

*Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitasnya tentang memperhitungkan keberlanjutan sumber daya dimasa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumber daya sekarang tetapi dengan tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Dengan demikian, *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi masa datang.

*Kedua, Accountability*, merupakan upaya perusahaan untuk terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif dari aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan.

*Ketiga, Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Prinsip ini berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

### **Profitabilitas**

Heinze (dalam Hackston dan Milne, 1996) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

### **Ukuran Perusahaan (*Size*)**

Ukuran perusahaan merupakan ukuran mengenai besar kecilnya suatu perusahaan. *Size* perusahaan merupakan variabel penduga yang sering menjelaskan berbagai macam variasi pengungkapan sosial yang digunakan perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan.

Hackston dan Milne (dalam Ratnasari, 2011:80) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat ditentukan dari jumlah karyawan, total aktiva, total penjualan, atau peringkat indeks. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Teori keagenan menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan lebih besar daripada perusahaan kecil.

### **Leverage**

*Leverage* merupakan alat ukur bagi perusahaan seberapa besar perusahaan tersebut tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Dengan demikian, tingkat *leverage* perusahaan menggambarkan risiko keuangan perusahaan. Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen dan Meckling, 1976). Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dari perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah.

### **Kepemilikan Publik**

Kepemilikan publik yang dimaksud adalah proporsi saham yang dimiliki masyarakat luas dengan pihak manajemen. Kepemilikan saham oleh publik menggambarkan tingkat kepemilikan perusahaan oleh masyarakat publik. Variabel ini ditunjukkan dengan prosentase saham yang dimiliki oleh publik dihitung dengan cara membandingkan antara jumlah saham yang dimiliki oleh masyarakat dengan total saham perusahaan yang beredar.

Perusahaan yang *go public* dituntut untuk lebih transparan mengungkap informasi yang memadai dan relevan dengan tujuan menciptakan pasar modal yang efisien. Dengan proporsi saham yang dimiliki publik lebih besar, akan berakibat pengawasan dari publik lebih besar. Investor dari pihak diluar manajemen atau investor publik membutuhkan perlindungan investasi yang mereka tanam, perlindungan ini dapat berupa informasi non-keuangan dan keuangan yang disampaikan perusahaan melalui laporan tahunan yang bermanfaat untuk pengambilan keputusan. Oleh karena itu, semakin tinggi proporsi saham yang dimiliki publik maka tingkat kelengkapan pengungkapan laporan tahunan akan semakin tinggi pula.

### **Pengembangan Hipotesis**

#### ***Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.***

Dibiyantoro (2011), menyatakan bahwa pengungkapan digunakan oleh para manajer perusahaan kepada para investor dan untuk membantu mendukung keberlanjutan dan kompensasi manajemen. Profitabilitas tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik, dan dengan laba yang tinggi perusahaan memiliki cukup dana untuk mengumpulkan, mengelompokkan, dan mengolah informasi menjadi lebih bermanfaat serta dapat menyajikan pengungkapan yang lebih komprehensif. Oleh karena itu semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan semakin tinggi kelengkapan pengungkapan laporan tahunan. Hal ini berhasil dibuktikan pada penelitian Roberts (1992), Gray et al. (dalam Sembiring, 2005), dan Kouhy (dalam Nurkhin, 2009) yang menyatakan bahwa profitabilitas sangat berpengaruh terhadap pengungkapan pelaksanaan CSR. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

#### ***Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.***

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar pula, sehingga akan mengungkapkan lebih banyak informasi dibanding perusahaan kecil. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian Siregar dan Utama (dalam Nofandrilla, 2008), semakin besar ukuran perusahaan, informasi investasi saham semakin banyak. Gray et al.

(dalam Sembiring, 2005) dan Nofandrilla (2008) menemukan pengaruh positif pada ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>2</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

### ***Pengaruh leverage terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.***

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi berkewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dibanding perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Hal ini sejalan dengan penelitian Jensen dan Meckling (1976) dan Apriwenni (2009) menunjukkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>3</sub>: *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

### ***Pengaruh kepemilikan publik terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.***

Kepemilikan publik dalam hal ini yang dimaksud adalah proporsi saham yang dimiliki oleh masyarakat dengan pihak internal perusahaan. Oleh karena itu, semakin tinggi porsi saham yang dimiliki oleh publik maka tingkat kelengkapan dan keluasan pengungkapan laporan akan tinggi pula. Hal ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2008). Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>4</sub>: Kepemilikan publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), sedangkan sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2011-2013. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel yang bertujuan (*purposive sampling*). Adapun kriteria pemilihan sampel, yaitu: (1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2011-2013 secara berturut-turut; (2) Perusahaan manufaktur yang mengeluarkan laporan tahunan selama tahun 2011-2013 secara berturut-turut; (3) Perusahaan manufaktur yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan selama tahun 2011-2013 secara berturut-turut; (4) Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangannya dengan menggunakan mata uang Rupiah.

### **Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

#### **Variabel Independen**

##### **a. Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam rangka untuk meningkatkan nilai *shareholder* (pemegang saham). Rasio merupakan skala yang akan digunakan untuk pengukuran profitabilitas perusahaan. Profitabilitas dalam penelitian ini akan diukur dengan cara sebagai berikut:

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

b. Ukuran Perusahaan (*Size*)

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan. Dalam penelitian ini variabel ukuran perusahaan disajikan dalam bentuk logaritma, karena nilai dan sebarannya besar dibanding variabel lain. Pengukuran *size* akan diukur dengan cara sebagai berikut:

$$\text{Size} = \log N(\text{Total Aset Perusahaan})$$

c. *Leverage*

*Leverage* dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan. Adapun pengukurannya yakni dengan rumus:

$$\text{Rasio Utang} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

d. Kepemilikan Publik

Kepemilikan publik adalah jumlah saham yang dimiliki pihak eksternal perusahaan baik individu maupun lembaga terhadap saham yang ada di perusahaan di Indonesia. Besarnya saham diukur dari rasio (%) dari jumlah kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik terhadap total saham yang beredar.

Kepemilikan saham oleh publik menggambarkan tingkat kepemilikan perusahaan oleh masyarakat publik. Variabel ini ditunjukkan dengan prosentase saham yang dimiliki oleh publik yang diukur dengan cara sebagai berikut:

$$\text{Kepemilikan Publik} = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki masyarakat}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

## Variabel Dependen

### Pengungkapan CSR (CSRI)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR adalah data yang diungkapkan perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan menurut Hackston dan Milne (dalam Fahrizqi, 2010). Sedangkan definisi operasional praktik pengungkapan sosial diterapkan dalam penelitian ini adalah banyaknya *item-item* pengungkapan sosial yang diungkapkan dalam laporan tahunan yang dikeluarkan oleh perusahaan. Cara menghitung CSRI diukur dengan cara setiap *item* CSR dalam *instrument* CSR dalam penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRI<sub>j</sub> = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* Perusahaan j

n<sub>j</sub> = Jumlah *item* untuk perusahaan j, n<sub>j</sub> ≤ 78

X<sub>ij</sub> = Jumlah *item* yang diungkapkan, jika diungkapkan diberi nilai 1.

Jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.

Sehingga, 0 ≤ CSRI<sub>j</sub> ≤ 1

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan tema pengungkapan sosial yang secara keseluruhan terdiri dari 78 item pada 7 tema yang diusung dalam CSR. Sebanyak 4 variabel digunakan dalam *predictor* penelitian ini. Statistik deskriptif dalam penelitian ini disajikan pada tabel 1 sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Pengujian Deskriptif Variabel Penelitian**

<i>Descriptive Statistics</i>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PROFIT	105	-.052	.564	.122	.133
SIZE	105	15.134	24.651	20.982	1.859
LEV	105	.039	14.383	1.193	1.747
KP	105	.018	.703	.276	.168
CSRI	105	.000	.538	.083	.081
Valid N (listwise)	105				

Berdasarkan pada tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata profitabilitas (ROA) sebesar 0.122, variabel ini yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk memperoleh laba dalam rangka untuk meningkatkan nilai *shareholder* (pemegang saham), dengan nilai tertinggi profitabilitas sebesar 0.564 dan nilai terendah sebesar -0.052. Profitabilitas ini sebagai salah satu variabel yang mempengaruhi dari aktivitas CSR, dengan asumsi semakin tinggi laba yang dihasilkan oleh suatu perusahaan maka perusahaan tersebut dikatakan telah berkinerja bagus, produk yang dijual dipercaya oleh masyarakat, sehingga perusahaan akan berupaya meningkatkan nilai CSR. Hal ini dilakukan perusahaan agar tidak dinilai hanya perusahaan yang *profit oriented*, kegiatan CSR ini sekarang bukan hanya sebagai *cost centre* melainkan sebagai sarana juga untuk menjaring para investor dan strategi dalam pemasaran produk.

Nilai rata-rata ukuran perusahaan sebesar 20.982, dengan nilai tertinggi sebesar 24.651 dan nilai terendah sebesar 15.134. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan. Variabel ukuran perusahaan ini sama seperti profitabilitas dengan asumsi jika suatu perusahaan memiliki total aset yang besar diasumsikan akan semakin besar pula dana yang digunakan untuk kegiatan CSR.

Nilai rata-rata *leverage* (DER) sebesar 1.193, dengan nilai tertinggi sebesar 14.383 dan nilai terendah sebesar 0.039. *Leverage* merupakan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya. Variabel ini diduga sebagai salah satu variabel yang mempengaruhi tingkat CSR dengan asumsi bahwa semakin perusahaan tergantung pada hutang pihak ketiga maka semakin tinggi pula perusahaan tersebut melakukan CSR agar mendapat kepercayaan dari para kreditur untuk memberikan pinjaman baik berupa uang ataupun barang.

Nilai rata-rata kepemilikan publik sebesar 0.168, dengan nilai tertinggi sebesar 0.703 dan nilai terendah sebesar 0.018. Kepemilikan publik merupakan tingkat kepemilikan perusahaan oleh masyarakat publik. Variabel ini merupakan variabel yang juga diduga dapat mempengaruhi tingkat kegiatan CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan, dengan asumsi semakin banyak saham yang dimiliki oleh publik otomatis semakin tinggi pula pengawasan dari publik terhadap seluruh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, dengan tingginya pengawasan yang dilakukan oleh publik akan mendorong perusahaan untuk melakukan hal-hal yang dapat menarik investor untuk menanam saham serta

mendapat kepercayaan dari masyarakat terhadap produk yang dijual, salah satunya yang dapat menarik kepercayaan investor dan masyarakat adalah dalam bentuk kegiatan CSR.

Nilai rata-rata indeks pengungkapan CSR sebesar 0.083, dengan nilai tertinggi sebesar 0.538 dan nilai terendah sebesar 0.000. Indeks pengungkapan CSR merupakan data yang diungkapkan perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan. Nilai CSR tersebut cerminan dari jumlah program-program yang dilakukan oleh perusahaan dalam kegiatan yang berhubungan dengan CSR. Secara garis besar program yang dilakukan sebagian besar adalah memperbaiki fasilitas umum, pembangunan tempat ibadah, pembagian bakti sosial berupa sembako untuk masyarakat sekitar perusahaan, dan pembinaan masyarakat untuk dididik agar saat lulus bisa direkrut sebagai pegawai di perusahaan yang bersangkutan.

### Uji Asumsi Klasik

**a. Uji Multikolinearitas.** Nilai *tolerance* semua variabel bebas lebih besar dari 0,10, demikian pula nilai VIF semuanya kurang dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengindikasikan adanya multikolinieritas.

**b. Uji Autokorelasi.** Nilai *Durbin-Watson* dari penelitian ini adalah 1.094, karena nilai *Durbin-Watson* terletak antara batas atas atau *upper bound* (-2) dan (+2), maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi dan model regresi tersebut dapat digunakan untuk mengambil keputusan.

**c. Uji Heteroskedastisitas.** Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pola grafik scatterplot. Hasil dari grafik scatterplot titik menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Jadi, tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

**d. Uji Normalitas.** Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan *Kolmogorov Smirnov Test*, dengan kriteria jika nilai probabilitas > 0,05, maka data tersebut berdistribusi normal.

### Uji Hipotesis

#### *Pengujian Hipotesis 1, 2, 3 dan 4*

Persamaan regresi 1 (lihat Tabel 2) digunakan untuk menjawab hipotesis 1,2,3 dan 4

Tabel 2  
Analisis Regresi 1  
 $CSRI = -2.856 + 0.167 \text{ LnProfit} + 0.137 \text{ LnSize} + 0.093 \text{ LnLev} - 0.203 \text{ LnKP}$

#### Hasil Uji Regresi Berganda Setelah Ditransformasi (Ln)

Model	Koefisien Regresi	t <sub>hitung</sub>	Sig
Konstanta	-2.856	-1.161	0.249
Ln Profit	0.167	2.546	0.013
Ln Size	0.137	0.174	0.862
Ln Lev	0.093	1.110	0.270
Ln KP	-0.203	-2.546	0.013

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui bahwa bahwa variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* memiliki koefisien positif. Hal ini berarti profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* akan mempengaruhi dan atau meningkatkan nilai dari dana perusahaan yang didistribusikan pada aktivitas CSR.

#### *Pengujian Koefisien Korelasi dan Determinasi*

Hasil uji koefisien korelasi dan determinasi persamaan regresi linear berganda dalam

penelitian dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.404 <sup>a</sup>	.163	.123	.621

a. Predictors: (Constant), Ln\_KP, Ln\_LEV, Ln\_SIZE, Ln\_PROFIT

b. Dependent Variable: Ln\_CSRI

Nilai koefisien korelasi (R) menunjukkan seberapa erat hubungan antara variabel bebas (variabel profitabilitas (Profit), ukuran perusahaan (Size), leverage (Lev), dan kepemilikan publik (KP)) dengan variabel terikat (indeks pengungkapan CSR (CSRI)), besarnya nilai koefisien korelasi adalah 0,404. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan variabel profitabilitas (Profit), ukuran perusahaan (Size), leverage (Lev), dan kepemilikan publik (KP) dengan variabel indeks pengungkapan CSR (CSRI) adalah cukup erat atau cukup kuat.

Nilai koefisien determinasi atau R<sup>2</sup> digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel tak bebas (CSRI) yaitu 0,163. Hal ini berarti sebesar 16,3% indeks pengungkapan CSR (CSRI) dapat dijelaskan oleh variabel profitabilitas (Profit), ukuran perusahaan (Size), leverage (Lev), dan kepemilikan publik (KP). Sedangkan sisanya 83,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model yang diteliti.

#### Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4  
Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	6.322	4	1.581		
Residual	32.474	84	0.387	4.088	0.004
Total	38.796	88	-		

Statistik Uji:

$F_{hitung} = 4.088$  ; nilai signifikan F (p) =0.004

Dari hasil output diatas diperoleh nilai  $F_{hitung}$  4.088 dengan signifikan F < 0,05 pada  $\alpha = 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari profitabilitas (Profit), ukuran perusahaan (Size), leverage (Lev), dan kepemilikan publik (KP) memiliki pengaruh secara simultan atau secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu indeks pengungkapan CSR.

#### Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak (Ghozali, 2006).

a. Adapun perumusan hipotesis dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

$H_0$ : artinya, variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat.

$H_1$ : artinya, variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat.

b.  $\alpha = 0,05$

- c. Hasil pengujian uji t dari masing-masing variabel bebas profitabilitas (Profit), ukuran perusahaan (*Size*), *leverage* (Lev), dan kepemilikan publik (KP) adalah sebagai berikut:

#### **Uji Hipotesis Pertama**

H<sub>1</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*  
Uji parsial pengaruh variabel profitabilitas (Profit) terhadap indeks pengungkapan CSR. Berdasarkan tabel 9 besarnya nilai  $t_{hitung}$  variabel bebas profitabilitas (Profit) adalah 2,546, dengan nilai signifikan t sebesar 0,013, berarti nilai signifikansi  $t < 0,05$  (berada lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima sehingga variabel bebas profitabilitas (Profit) memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap indeks pengungkapan CSR (CSRI).

#### **Uji Hipotesis Kedua**

H<sub>2</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*

Uji parsial pengaruh variabel ukuran perusahaan (*Size*) terhadap indeks pengungkapan CSR. Berdasarkan tabel 9 besarnya nilai  $t_{hitung}$  variabel bebas ukuran perusahaan (*Size*) adalah 0,174 dengan nilai signifikan t sebesar 0,862, berarti nilai signifikansi  $t > 0,05$  (berada lebih besar dari  $\alpha = 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak sehingga variabel bebas ukuran perusahaan (*Size*) tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap indeks pengungkapan CSR.

#### **Uji Hipotesis Ketiga**

H<sub>3</sub>: *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Uji parsial pengaruh variabel *leverage* (Lev) terhadap indeks pengungkapan CSR. Berdasarkan tabel 9 besarnya nilai  $t_{hitung}$  variabel bebas *leverage* (Lev) adalah 1,110 dengan nilai signifikan t sebesar 0,270, berarti nilai signifikansi  $t > 0,05$  (berada lebih besar dari  $\alpha = 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak sehingga variabel bebas *leverage* (Lev) tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap indeks pengungkapan CSR.

#### **Uji Hipotesis Keempat**

H<sub>4</sub>: Kepemilikan publik berpengaruh positif terhadap *Corporate Sosial Responsibility*

Uji parsial pengaruh variabel kepemilikan publik (KP) terhadap indeks pengungkapan CSR. Berdasarkan tabel 9 besarnya nilai  $t_{hitung}$  variabel bebas kepemilikan publik (KP) adalah -2,546, dengan nilai signifikan t sebesar 0,013, berarti nilai signifikansi  $t < 0,05$  (berada lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas kepemilikan publik (KP) tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap indeks pengungkapan CSR (CSRI) dikarenakan memiliki nilai  $t_{hitung}$  yang negatif.

## **SIMPULAN DAN KETERBATASAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dikemukakan di atas dapat ditarik beberapa simpulan guna menjawab rumusan masalah. Simpulannya adalah profitabilitas berpengaruh positif terhadap indeks pengungkapan CSR perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, karena memiliki nilai t signifikan yang kurang dari 0,05.

Hal ini membuktikan bahwa tingginya laba bisa mempengaruhi jumlah pengungkapan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan pada program-program yang berkaitan dengan CSR. Semakin tinggi angka profitabilitas suatu perusahaan bisa disimpulkan bahwa perusahaan tersebut telah berkinerja dengan baik, telah mendapat kepercayaan dari masyarakat sehingga produk yang dijual selalu laku terjual di pasaran, otomatis hal tersebut akan meningkatkan profit perusahaan tersebut. Saat perusahaan tersebut mendapat profit yang tinggi maka dana yang didistribusikan pada kegiatan CSR akan semakin tinggi pula. Hal ini dilakukan perusahaan agar tidak dinilai hanya sebagai

perusahaan yang *profit oriented*, karena saat ini kegiatan CSR bukan hanya sebagai *cost centre* melainkan sebagai sarana juga untuk menjaring para investor dan strategi dalam pemasaran produk dan juga membangun *image* positif pada masyarakat.

Ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap indeks pengungkapan CSR perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, karena memiliki nilai  $t$  signifikan yang lebih besar dari 0.05. Hal ini membuktikan bahwa besar kecilnya suatu perusahaan tidak mempengaruhi aktivitas CSR pada setiap perusahaan. Adanya regulasi yang mewajibkan untuk CSR tersebut mengakibatkan setiap perusahaan baik kecil maupun besar harus melakukan kewajibannya dalam pelaksanaan program-program yang berkaitan dengan CSR, seperti membangun UKM Indonesia yang telah dilakukan oleh PT. Modern Indonesia, Tbk. Tidak hanya itu mereka juga memberikan fasilitas-fasilitas yang mendukung agar UKM tersebut berkembang.

*Leverage* tidak berpengaruh positif terhadap indeks pengungkapan CSR perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, karena memiliki nilai  $t$  signifikan yang lebih besar dari 0.05.

Hal ini membuktikan bahwa *leverage* bukan salah satu indikator yang mempengaruhi pengungkapan CSR pada suatu perusahaan. Penelitian ini membuktikan bahwa tingkat hutang perusahaan terhadap ekuitas yang dimiliki tidak mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan, walaupun *leverage* ini berhubungan dengan pihak ketiga tidak serta merta mempengaruhi perusahaan dalam mendistribusikan dana CSR atau mengungkap lebih luas aktivitas yang berhubungan dengan CSR seperti yang diprediksi pada teori keagenan tersebut di atas. Tingkat hutang perusahaan merupakan aktivitas internal setiap perusahaan, apakah dana tersebut digunakan untuk ekspansi perusahaan, pembiayaan operasional atau lainnya, dalam penelitian ini perusahaan tetap melakukan aktivitas CSRnya, sehingga meskipun perusahaan tersebut memiliki nilai *leverage* yang tinggi tidak mempengaruhi mereka dalam melaksanakan program CSR, hal ini bertujuan agar menarik kepercayaan masyarakat untuk tetap menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan tersebut.

Kepemilikan publik tidak berpengaruh terhadap indeks pengungkapan CSR perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, karena memiliki nilai  $t_{hitung}$  negatif. Hal ini membuktikan bahwa kepemilikan publik tidak memiliki pengaruh terhadap indeks pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya tingkat kepemilikan publik yang dimiliki oleh perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap indeks pengungkapan CSR. Hal ini bisa terjadi karena prosentase kepemilikan publik pada perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini tingkat prosentase kecil yakni rata-rata  $\leq 5\%$ , sehingga publik tidak berpengaruh besar pada nilai pengungkapan CSR, dikarenakan dengan kepemilikan saham yang kecil, publik tidak memiliki otoritas penuh dalam mempengaruhi nilai pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.

### **Keterbatasan**

Keterbatasan utama yang terdapat dalam penelitian ini adalah sampel pada penelitian ini hanya meneliti perusahaan manufaktur, yang tidak semua mengungkapkan jumlah dana yang didistribusikan secara lengkap pada kegiatan CSR. Oleh karena itu penelitian selanjutnya diharap bisa menggunakan sampel yang lebih variatif sehingga bisa mewakili semua perusahaan yang ada, periode pengamatan dalam penelitian ini relatif pendek yakni tiga periode saja, untuk itu diharap penelitian selanjutnya bisa menggunakan sampel yang lebih besar dan melakukan penelitian dalam periode yang lebih panjang, karena hal tersebut bisa memaksimalkan hasil penelitian yang lebih lengkap, indikator yang diteliti pada penelitian ini adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan kepemilikan publik saja. Diharap pada penelitian selanjutnya bisa lebih luas lagi untuk meneliti indikator-indikator variabel yang diduga lebih erat pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR. Indikator-

indikator tersebut bisa dilihat juga pada *annual report* yang dikeluarkan oleh setiap perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr. R.R. 2009. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang* 23-26.
- Apriwenni, P. 2009. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Laporan Tahunan Perusahaan untuk Industri Manufaktur Tahun 2008*. IBII, Jakarta.
- Belkaoui, A. dan Karpik, P.G. 1989. Determinants Of The Corporate Decision To Disclose Social Information , *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 2 No. 1, pp. 36-51.
- Crowther, D. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Guler Aras & Ventus Publishing ApS.
- Deegan. C, Rankin. M, Tobin. J. 2002. An Examination of the Corporate Social and Enviromental Disclosure BHP from 1983-1997 aTest of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing and Accountability*. Vol. 15, No 3, pp 312343
- Dewi, K. 2008. Pengaruh Luas Pengungkapan Laporan Keuangan Tahunan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia terhadap Keputusan oleh Investor. *Jurnal Penelitian*.
- Dibiyantoro. 2011. Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas Perusahaan terhadap Mandatory Disclosure Financial Statement pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi Vol. 1 No.2*.
- Effendi, M. A. 2009. *The Power of Good Corporate Governance*. Salemba Empat. Jakarta.
- Febriana, A. S. 2010. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Fakultas Ekonomi. Universitas Udayana.
- Hackston, D. dan Milne, M. J. 1996. Some Determinants Of Social And Enviromental Disclosures In New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 9. No. 1. Pp, 77-107.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Jensen, M. C. dan Meckling. 1976. Theory of The Firm: Management Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, Vol.3. p. 305-360.
- Kurniati, T. 2011. *Panduan Praktis Pengelolaan CSR*. Samudra Biru. Yogyakarta.
- Nofandrilla. 2008. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surakarta.
- Nurkhin, A. 2009. Corporate Governance dan Profitabilitas: Pengaruhnya terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Magister Akuntansi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ratnasari, Y. 2011. Pengaruh Corporate Governanace terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di dalam Sustainability Report. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.

- Roberts, R. W. 1992. Determinants Of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application Of Stakeholder Theory. *Accounting, Organisations and Society*. Vol. 17 No. 6. Pp. 595-612.
- Sembiring, E. R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*.

