

## KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL: STUDY EMPIRIS PADA PERUSAHAAN YANG TERCATAT DI BURSA EFEK JAKARTA

EDDY RISMANDA SEMBIRING  
Universitas Katolik St. Thomas Sumatera Utara

### ABSTRACT

*The aim of this research is to examine some determinants of corporate social responsibility disclosure in Indonesian companies. The corporate social responsibility disclosures include details of the environment, energy, employee health and safety, employee other, products, community involvement, and general. Review of previous researches show the inconsistencies. These inconsistencies contribute substantially to the diversity of result. This research attempts to correct with used five corporate characteristics as explanatory variables. They are company size, profitability, profile, size of board of commissioner, and leverage. The sample of this research was extracted with stratified random sampling method. The population is 323 companies, which are listed at Jakarta Stock Exchange (JSX). The 78 corporate annual reports were analyzed as a sample. The technique for examining hypothesis is multiple regression analysis by using SPSS 10.00 programs. The results indicate that company size, profile and size of board of commissioner have a significant positive influence on the corporate social responsibility disclosure, but profitability and leverage failed to show its significant effect. These results generally coincide with previous research findings on corporate social responsibility disclosure.*

*Key words:* Disclosure, Corporate social responsibility disclosure, Company size, Profitability; Profile; Size of board of commissioner; Leverage

### I. PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi para investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan. Adanya informasi yang lengkap, akurat serta tepat waktu memungkinkan investor untuk melakukan pengambilan keputusan secara rasional sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Undang-undang Pasar Modal No. 8 tahun 1995 pasal 1: Informasi atau fakta material adalah informasi atau fakta penting dan relevan mengenai peristiwa, kejadian atau fakta yang dapat mempengaruhi harga efek pada Bursa Efek, dan atau keputusan pemodal, calon pemodal atau pihak lain yang berkepentingan atas informasi atau fakta tersebut.

Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Guthrie dan Mathews, 1985).

Menurut Gray *et. al.*, (1987) tumbuhnya kesadaran publik akan peran perusahaan di tengah masyarakat melahirkan kritik karena menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat *safety* produk, serta hak dan status tenaga kerja. Tekanan dari berbagai pihak memaksa perusahaan untuk menerima tanggung jawab atas dampak aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat. Perusahaan dihimbau untuk bertanggung jawab terhadap pihak yang lebih luas dari pada kelompok pemegang saham dan kreditur saja. Freedman (1962) dalam Gray *et. al.*, (1995a) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan untuk memaksimalkan laba tidak secara universal lagi diterima.

Sebagai tanggapan, beberapa institusi akuntansi mulai mempertimbangkan akuntansi sosial perusahaan pada pertengahan 70-an (Ramanathan, 1976 dalam Gray *et al.*, 1995a) yang bertujuan untuk mengakomodasi kebutuhan perusahaan dalam melaporkan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Kemajuan yang dicapai sangat lambat dan sporadis. Peneliti akuntansi mulai mengartikulasikan berbagai perspektif teori yang berbeda dalam mendukung akuntansi sosial seperti *decision usefulness studies*, *economic theory studies*, dan *social and political theory studies*.

Menurut Hackston dan Milne (1996), walaupun fenomena pengungkapan tanggung jawab sosial ini telah muncul lebih dari dua dekade, penelitian tentang praktek pengungkapan tanggung jawab sosial sepertinya terpusat di Amerika Serikat, *United Kingdom*, dan Australia. Hanya sedikit penelitian yang dilakukan di negara lain seperti Kanada, Jerman, Jepang, Selandia Baru, Malaysia, Indonesia dan Singapura. Di Indonesia penelitian tentang praktek pengungkapan tanggung jawab sosial ini antara lain dilakukan oleh Utomo (2000), Henny dan Murtanto (2001), Hasibuan (2001) dan Sembiring (2003).

Berbagai penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan keanekaragaman hasil. Seperti penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Kelly (1981), Trotman dan Bradley (1981), Pang (1982), Belkaoui dan Karpik (1989), Patten (1991,1992), Hackston dan Milne (1996), Adams *et al.*, (1998), dan Gray *et al.*, (2001). Singh dan Ahuja (1983) dalam Gray *et al.*, (2001) tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut, sedangkan Cowen *et al.*, (1987) menemukan bahwa hubungan hanya terjadi dengan beberapa kategori tanggung jawab sosial tersebut bukan secara keseluruhan. Keanekaragaman hasil tersebut sebagian disebabkan karena model yang dikembangkan merupakan model yang sangat sederhana dan pengukuran yang digunakan juga tidak konsisten (Belkaoui dan Karpik, 1989).

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan laba merupakan hal sulit untuk dipahami. Misalnya Freedman dan Ulmann (1986), Belkaoui dan Karpik (1989), Hackston dan Milne (1996) menemukan tidak ada hubungan antara variabel tersebut, sedangkan Freedman dan Jaggi (1988) serta Donovan dan Gibson (2000) menemukan hubungan yang negatif dari variabel tersebut. Pada sisi lain beberapa penelitian yang disebutkan dalam Hackston dan Milne (1996) seperti Bowman dan Haire (1976) serta Preston (1978) menemukan hubungan yang signifikan, sedangkan Gray *et al.*, (2001) menemukan hubungan yang bervariasi setiap tahun untuk kedua variabel tersebut.

Dalam hubungan antara tipe industri dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga terjadi ketidakkonsistenan hasil. Hackston dan Milne (1996), serta Gray *et al.*, (2001), menemukan hubungan yang positif dari kedua variabel tersebut. Demikian juga Patten (1991) dan Roberts (1992) seperti yang dinyatakan dalam Hackston dan Milne (1996). Bertolak belakang dengan hal tersebut seperti dinyatakan dalam Hackston dan Milne (1996) adalah penelitian yang dilakukan Kelly (1981), Davey (1982), Ng (1985) dan Cowen *et al.*, (1987), tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut. Sedangkan Ness dan Mirza dalam Gray *et al.*, (2001) menemukan bahwa hubungan ini secara khusus terdapat pada industri minyak.

Hubungan antara *leverage* dan pengungkapan sosial juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Karpik (1989) serta Cormier dan Magnan (1999) menemukan hubungan yang negatif signifikan antara kedua variabel tersebut. Suda dan Kokubu (1994) dan Kokubu *et al.*, (2001) tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut. Selain itu Robert (1992) menemukan hubungan yang positif antara kedua variabel tersebut.

## 2. TELAAH TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### 2.1. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* (Mathews, 1995) atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray *et. al.*, 1987).

Menurut Gray *et. al.*, (1995b) ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat keuangan sebagai pemakai utama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan.

Pendekatan alternatif kedua dengan meletakkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan sekaligus merupakan sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### 2.2. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

#### 2.2.1. Size

*Size* perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara *size* perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini seperti yang disebutkan dalam Hackston dan Milne (1996) antara lain Roberts (1992), Singh dan Ahuja (1983). Davey (1982) dan Ng (1985) juga tidak menemukan hubungan antara variabel ini dan hal tersebut menurut Guthrie dan Mathews (1985) mungkin disebabkan oleh rendahnya jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian tersebut. Penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain Belkaoui dan Karpik (1989), Adam *et. al.*, (1995, 1998), Hackston dan Milne (1996), Kokubu *et. al.*, (2001), Hasibuan (2001) dan Gray *et. al.*, (2001). Secara umum, menurut Gray *et. al.*, (2001), kebanyakan penelitian yang dilakukan mendukung hubungan antara *size* perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan asumsi teori agensi, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

$H_1$  : *Size* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### 2.3.2. Profitabilitas

Penelitian ilmiah terhadap hubungan profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang sangat beragam. Akan tetapi Donovan dan Gibson (2000) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab

sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas mempunyai hubungan yang negatif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Konsisten dengan pendapat Donovan dan Gibson (2000), maka hipotesis berikut ini dikemukakan:

H<sub>2</sub> : Profitabilitas perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### 2.3.3. Profile

Penelitian yang berkaitan dengan *profile* perusahaan kebanyakan mendukung bahwa industri *high-profile* mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosialnya lebih banyak dari industri *low-profile*. Penelitian yang mendukung hubungan tersebut antara lain Hackston dan Milne (1996), Utomo (2000), Kokubu *et. al.*, (2001), Henny dan Murtanto (2001) dan Hasibuan (2001). Penelitian ini akan mencoba menguji kembali pengaruh *profile* perusahaan terhadap praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>3</sub> : *Profile* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### 2.3.4. Ukuran Dewan Komisaris

Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Collier dan Gregory (1999) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Oleh karena itu, sejalan dengan pendapat Collier dan Gregory (1999), Beasley (2000) dan Arifin (2002), hipotesis berikut ini dikemukakan:

H<sub>4</sub> : Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### 2.3.5. Leverage

Perjanjian terbatas seperti perjanjian hutang yang tergambar dalam tingkat *leverage* dimaksudkan membatasi kemampuan manajemen untuk menciptakan transfer kekayaan antar pemegang saham dan pemegang obligasi (Jensen dan Meckling, 1976; Smith dan Warner, 1979 dalam Belkaoui dan Karpik, 1989). Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hasil penelitiannya menunjukkan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Konsisten dengan penelitian Belkaoui dan Karpik (1989) serta Cormier dan Magnan (1999), variabel *leverage* akan diuji kembali pengaruhnya terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis berikut ini dikemukakan:

H<sub>5</sub> : *Leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang tercatat (*go-public*) di Bursa Efek Jakarta (BEJ) seperti yang tercantum dalam *Indonesian Capital Market Directory 2002*. Penggunaan perusahaan yang tercatat di BEJ sebagai populasi karena perusahaan tersebut mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan tahunan kepada pihak luar perusahaan, sehingga memungkinkan data laporan tahunan tersebut diperoleh dalam penelitian ini.

Dari 323 perusahaan yang tercatat di BEJ sesuai dengan yang tercantum dalam *Indonesian Capital Market Directory 2002*, sebanyak 78 perusahaan dipilih menjadi sampel dengan menggunakan metode *stratified random sampling*. Jumlah sampel ini cukup representatif karena Roscoe (1975) dalam Sekaran (2000) menyatakan bahwa dalam analisis regresi berganda ukuran sampel hendaknya minimal sepuluh kali dari jumlah variabel dalam penelitian.

#### 3.2. Operasionalisasi Variabel

##### Variabel dependen

*Checklist* dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam tujuh kategori yaitu: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Kategori ini diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996). Ketujuh kategori tersebut terbagi dalam 90 item pengungkapan. Berdasarkan peraturan Bapepam No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item tersebut untuk diaplikasikan di Indonesia, maka penyesuaian kemudian dilakukan. Dua belas item dihapuskan karena kurang sesuai untuk diterapkan dengan kondisi di Indonesia sehingga secara total tersisa 78 item pengungkapan. Tujuh puluh delapan item tersebut kemudian disesuaikan kembali dengan masing-masing sektor industri sehingga item pengungkapan yang diharapkan dari setiap sektor berbeda-beda. Secara lengkap item pengungkapan masing-masing sektor dapat dilihat pada lampiran 1.

##### Variabel Independen

**Size:** konsisten dengan Gray *et. al.*, (2001) digunakan jumlah tenaga kerja sebagai ukuran untuk *size* perusahaan.

**Profitabilitas:** Konsisten dengan penelitian terdahulu maka profitabilitas dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan pendapatan per-lembar saham (*earning per-share*)

**Profile:** Dummy variabel akan digunakan untuk mengklasifikasikan *high-profile* dan *low-profile*. *High-profile* akan diberi nilai 1 yaitu untuk perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang (Hasibuan, 2001; Henny dan Murtanto, 2001; Utomo, 2000; Hackston dan Milne, 1996): perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi, dan pariwisata. Nilai 0 diberikan untuk perusahaan yang *low-profile*, yang meliputi bidang bangunan, keuangan dan perbankan, suplier peralatan medis, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga.

**Ukuran Dewan Komisaris:** Ukuran dewan komisaris yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan Beasley (2000) yaitu jumlah anggota dewan komisaris.

**Leverage:** *Leverage* yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan pengukuran yang digunakan Kokubu *et. al.*, (2001) yaitu rasio hutang terhadap modal sendiri.

#### 3.3. Model Penelitian

Adapun persamaan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{CSD} = \beta_0 + \beta_1\text{TK} + \beta_2\text{EPS} + \beta_3\text{PROFILE} + \beta_4\text{KOM} + \beta_5\text{LEV} + e$$

Dimana:

$$\begin{array}{ll} \text{CSD} = & \text{Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial} \\ \text{TK} & = \text{Jumlah tenaga kerja} \end{array}$$



EPS	=	Pendapatan per-lembar saham
PROFILE	=	<i>Profile</i>
KOM	=	Jumlah anggota dewan komisaris
LEV	=	Rasio hutang terhadap modal sendiri
$\beta_0$	=	<i>Intercept</i>
$\beta_1, \dots, \beta_5$	=	Koefisien regresi
e	=	<i>Error</i>

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1. Deskripsi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Gambaran tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan sektor dan blok industri menunjukkan jumlah pengungkapan paling banyak dilakukan oleh sektor bank sebanyak 91 pengungkapan atau 6,41% dari total pengungkapan, sedangkan yang paling sedikit adalah perusahaan di sektor *Paper and Allied Products* yang hanya membuat 3 pengungkapan atau 0,28% dari total pengungkapan.

Kategori yang paling banyak diungkapkan perusahaan adalah kategori lain-lain tentang tenaga kerja, yaitu sebanyak 681 pengungkapan atau 47,96% dari total pengungkapan, sedangkan kategori yang paling sedikit diungkapkan adalah kategori energi yang hanya 16 pengungkapan atau 1,13% dari total pengungkapan. Dilihat dari perusahaan yang membuat pengungkapan, maka kategori produk dan lain-lain tentang tenaga kerja diungkapkan oleh keseluruhan perusahaan (100%), sedangkan kategori energi hanya diungkapkan oleh 11 perusahaan (14,10%).

##### 4.2. Uji Kualitas Data

**Normalitas:** Hasil pengujian dengan *normal probability plot of standardized residual* menunjukkan bahwa titik titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa penyebaran data mendekati normal atau memenuhi asumsi normalitas. Hal ini didukung dengan tampilan grafik histogram dan *normal probability plot*.

##### 4.3. Uji Asumsi Klasik

**Uji Multikolinearitas:** hasil pengujian menunjukkan tidak ada nilai tolerance yang kurang dari 10%. Demikian juga hasil perhitungan VIF yang menunjukkan tidak ada satupun variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 5. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi.

**Uji Heteroskedastisitas:** Hasil Uji Glejser menunjukkan tidak ada variabel independen yang signifikan pada level signifikansi 0,05. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut. Hasil pengujian ini sejalan dengan grafik scatterplot.

**Uji Autokorelasi :** Berdasarkan hasil perhitungan nilai DW adalah sebesar 2,152. Nilai batas bawah (*dl*) dan batas atas (*du*) untuk  $n = 78$  dengan lima variabel bebas adalah  $dl = 1,364$  dan  $du = 1,624$ . Dengan demikian nilai DW terletak antara  $du$  (1,624) dengan  $4 - du$  (2,374). Hal ini berarti bahwa dalam model tidak terdapat autokorelasi. Hasil ini didukung dengan hasil uji Breusch-Godfrey yang menunjukkan variabel residual lag (LAGRES) yang tidak signifikan.

##### 4.4. Pengujian Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi dianggap tepat dalam pengujian ini karena analisis regresi tidak hanya menentukan besarnya hubungan tetapi menentukan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta menunjukkan arah dari pengaruh tersebut. Ringkasan hasil pengujian tersebut adalah seperti dalam tabel pada Tabel 1.

Secara simultan, variabel independen (TK, EPS, PROFILE, KOM, dan LEV) mempunyai pengaruh sebesar 37,50% ( $Adjusted R^2 = 0,375$ ) dalam menentukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil pengujian juga menunjukkan pengaruh ini signifikan secara statistik dengan nilai F-hitung sebesar 10,223 ( $p = 0,000$ ).

Dari tabel tersebut juga dapat dilihat bahwa ada tiga variabel yang secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan ( $p \leq 0,05$ ) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSD), yaitu *size* (TK), *profile* (PROFILE), dan ukuran dewan komisaris (KOM) dengan nilai t-hitung dan probabilitas secara berturut-turut sebesar 3,986 ( $p = 0,000$ ), 3,896 ( $p = 0,000$ ), dan 2,296 ( $p = 0,025$ ). Dengan demikian hipotesis 1, hipotesis 3 dan hipotesis 4 tidak dapat ditolak karena memiliki  $p < 0,05$ .

Dua variabel independen, yaitu profitabilitas (EPS) dan *leverage* (LEV) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial karena mempunyai nilai probabilitas yang lebih besar dari 0,05 ( $p > 0,05$ ). Nilai t-hitung dan probabilitas kedua variabel adalah sebesar 1,218 ( $p = 0,227$ ) dan 0,982 ( $p = 0,330$ ). Berdasarkan hal tersebut hipotesis 2 dan hipotesis 5 dapat ditolak.

#### 4.5. Pembahasan

Dalam pengujian secara simultan, tingkat pengaruh variabel independen (TK, EPS, PROFILE, KOM, LEV) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSD) yang ditemukan cukup rendah yaitu sebesar 37,50% ( $Adjusted R^2 = 0,375$ ). Hal ini berarti bahwa secara simultan, *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris dan *leverage* mampu mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial sebesar 37,50%. Sisanya sebesar 62,50% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan. Tingkat  $Adjusted R^2$  yang rendah ini menunjukkan perlunya dilakukan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel lain sebagai penduga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Walaupun demikian, apabila dilihat dari signifikansinya, secara simultan variabel yang digunakan berpengaruh secara signifikan dengan nilai F sebesar 10,223 ( $p = 0,000$ ;  $p < 0,05$ ).

Dalam pengujian secara parsial tiga variabel, yaitu *size*, *profile*, dan ukuran dewan komisaris ditemukan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan profitabilitas dan *leverage* mempunyai pengaruh yang tidak signifikan. Pembahasan terhadap masing-masing variabel dalam pengujian secara parsial dibuat secara khusus pada sub-bagian berikut ini.

##### 4.5.1. Size

Bukti bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh ukuran perusahaan telah ditemukan dalam penelitian sebelumnya. Hal ini umumnya dikaitkan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas.

Selain itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Cowen *et. al.*, (1987), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas. Dari sisi tenaga kerja, dengan semakin banyaknya jumlah tenaga kerja dalam suatu perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja akan semakin besar. Program berkaitan dengan tenaga kerja yang merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan, akan semakin banyak dilakukan oleh perusahaan. Hal ini berarti program tanggung jawab sosial perusahaan juga semakin banyak dan akan diungkapkan dalam laporan tahunan.

Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diproksi dengan jumlah tenaga kerja. Hasil pengujian menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai  $t = 3,986$  dan  $p = 0,00$  ( $p < 0,05$ ). Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin banyak jumlah tenaga kerja perusahaan, maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan. Hasil ini sesuai dengan teori agensi dan bagaimanapun, hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya berkaitan dengan pengaruh *size* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial seperti Belkaoui dan Karpik (1989), Adam *et. al.*, (1995, 1998), Hackston dan Milne (1996), Kokubu *et. al.*, (2001), Hasibuan (2001) dan Gray *et. al.*, (2001). Semua penelitian ini, secara umum menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat juga cenderung semakin luas.

#### 4.5.2. Profitabilitas

Secara teoritis, menurut Kokubu *et. al.* (2001) terdapat hubungan positif antara kinerja ekonomi suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi dengan premis bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Sebaliknya, seperti dinyatakan oleh Donovan dan Gibson (2000), dari sisi teori legitimasi, profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal didukung dengan argumentasi bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan.

Dalam penelitian ini, kinerja ekonomi/profitabilitas yang diproksi dengan pendapatan per lembar saham, menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan nilai  $t = 1,218$  dan  $p = 0,227$  ( $p > 0,05$ ). Ini berarti bahwa besar kecilnya profitabilitas tidak akan mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil ini mungkin sesuai dengan pendapat Kokubu *et. al.*, (2001), yang menyatakan bahwa *political visibility* perusahaan tergantung pada ukuran (*size*), bukannya pada profitabilitasnya.

Hasil penelitian ini tidak berhasil mendukung teori legitimasi yang menyatakan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Akan tetapi, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Davey (1982), Ng (1985), Cowen *et. al.*, (1987), Patten (1991), Hackston dan Milne (1996) dan Kokubu *et. al.*, (2001) yang menemukan pengaruh profitabilitas yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### 4.5.3. Profile

Hubungan sistematis antara *profile* perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah ditemukan dalam penelitian-penelitian terdahulu. Hal ini dikaitkan dengan variasi dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, sehingga hipotesis umumnya menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki dampak yang besar terhadap lingkungan dan masyarakat akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial. Dikaitkan dengan teori legitimasi, hal ini dilakukan perusahaan untuk melegitimasi kegiatan operasinya dan menurunkan tekanan dari para aktivis sosial dan lingkungan.

Hasil penelitian ini berhasil mendukung teori legitimasi dengan menunjukkan pengaruh yang positif signifikan *profile* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai  $t = 3,896$  dan  $p = 0,00$  ( $p < 0,05$ ). Ini berarti bahwa perusahaan dengan tipe *high-profile* akan membuat pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas dari perusahaan dengan tipe *low-profile*. Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya seperti Hackston dan Milne (1996), Utomo (2000), Kokubu *et. al.*, (2001),



Henny dan Murtanto (2001), Hasibuan (2001) dan Gray *et. al.*, (2001) yang menyatakan bahwa *profile* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### 4.5.4. Ukuran Dewan Komisaris

Berdasarkan teori agensi, dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi, yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dikaitkan dengan pengungkapan informasi oleh perusahaan, kebanyakan penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara berbagai karakteristik dewan komisaris dengan tingkat pengungkapan informasi oleh perusahaan.

Dalam penelitian ini ukuran dewan komisaris yang diproksi dengan jumlah anggota dewan komisaris, menunjukkan pengaruh yang positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai  $t = 2,296$  dan  $p = 0,025$  ( $p < 0,05$ ). Hal ini berarti bahwa semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan akan semakin luas.

Hasil penelitian ini berhasil mendukung teori agensi dan sesuai dengan pendapat Coller dan Gregory (1999) yang menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Hasil ini juga berhasil mendukung hasil penelitian Arifin (2002) yang menemukan bahwa dewan komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan sukarela yang dibuat perusahaan di Indonesia.

#### 4.5.5. Leverage

Ketertarikan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya tercermin dalam tingkat *leverage*. *Leverage* ini juga dengan demikian mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan. Berdasarkan teori agensi, tingkat *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debt holders*.

Dalam penelitian ini, *leverage* yang diproksi dengan rasio hutang terhadap modal sendiri menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai  $t = 0,982$  dan  $p = 0,330$  ( $p > 0,05$ ). Hal ini berarti bahwa tinggi rendahnya tingkat *leverage* perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian hasil ini tidak berhasil mendukung teori agensi dan mungkin sesuai dengan pendapat Kokubu *et.al.*, (2001) dalam penelitiannya di Jepang, yang menyatakan bahwa perusahaan Jepang secara tradisional mempunyai hubungan yang baik dengan bank, walaupun mempunyai suatu derajat ketertarikan yang tinggi pada hutang.

Di Indonesia, derajat ketertarikan yang tinggi dari perusahaan terhadap hutang juga terjadi. Hal ini tercermin dengan deskripsi sebelumnya yang menunjukkan bahwa 50% (39 perusahaan) sampel mempunyai rasio hutang terhadap modal sendiri lebih dari satu. Ini dapat diinterpretasikan bahwa 50% perusahaan di Indonesia mempunyai hutang yang lebih besar dari modalnya sendiri. Bahkan 7,69% (6 perusahaan) mengalami defisiensi modal, dimana jumlah hutang perusahaan melebihi nilai assetnya. Tanpa hubungan yang baik dengan para *debt holders*, maka berdasarkan teori agensi, hal ini akan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian ini tidak berhasil mendukung teori agensi, tetapi hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Suda dan Kokubu (1994), dan Kokubu *et. al.*, (2001) yang menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## V. KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN KETERBATASAN

### 5.1. Kesimpulan

Adanya kontradiksi antara teori dengan berbagai temuan empiris mengenai faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan motivasi dilakukannya penelitian ini. Penelitian ini menemukan bahwa size perusahaan, profile dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan dukungan terhadap teori agensi dan teori legitimasi seperti yang dipaparkan Cowen *et. al.*, (1987) yang menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar akan melakukan lebih banyak aktivitas, memberikan dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, mempunyai lebih banyak pemegang saham yang boleh jadi terkait dengan program sosial perusahaan, dan laporan tahunan akan menjadi alat yang efisien untuk menyebarkan informasi ini. Berkaitan dengan dewan komisaris, Collier dan Gregory (1999) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan manajemen dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Hal ini berarti bahwa tekanan terhadap manajemen untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan juga semakin besar.

Disisi lain, penelitian ini tidak berhasil mendukung teori legitimasi dalam pengaruh negatif profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Akan tetapi, hal ini mungkin sesuai dengan pendapat Kokubu *et. al.*, yang menyatakan bahwa *political visibility* perusahaan tergantung pada ukuran (*size*), bukannya pada profitabilitasnya dan pendapat Gray *et.al.* (1995a) yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan kelihatannya tidak berhubungan dengan profitabilitas dalam periode yang sama, tetapi mungkin berhubungan dengan laba periode yang lalu (*lagged profit*).

Untuk pengaruh negatif tingkat *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial juga penelitian ini tidak berhasil mendukung teori agensi. Akan tetapi, dilihat dari karakteristik data, hal ini mungkin sesuai dengan Kokubu *et.al.*, (2001), yang mengaitkan hal ini dengan hubungan yang baik antara perusahaan dengan *debtholders*, walaupun mempunyai suatu derajat ketergantungan yang tinggi pada hutang.

### 5.2. Implikasi

Implikasi teoritis sebagai agenda penelitian akan datang dari temuan penelitian ini yaitu tingkat *Adjusted R<sup>2</sup>* yang rendah (*Adjusted R<sup>2</sup>* = 0.3750) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang jauh lebih besar terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian penelitian mendatang dapat menambahkan atau menggunakan variabel lain untuk menemukan suatu model standar pendugaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Demikian juga dengan item-item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan hendaknya senantiasa diperbaharui sesuai dengan kondisi yang ada di masyarakat. Hal ini mungkin dapat dilakukan dengan melibatkan para aktivis sosial serta pihak berwenang terkait dengan masalah sosial.

### 5.3. Keterbatasan

Keterbatasan penelitian ini terletak periode penelitian yang hanya menggunakan satu tahun pengamatan sehingga memungkinkan praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diamati kurang menggambarkan kondisi yang sebenarnya. Periode penelitian yang lebih panjang akan memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk memperoleh hasil yang lebih mendekati kondisi sebenarnya. Selain itu dengan *Adjusted R<sup>2</sup>* yang rendah menunjukkan penelitian ini masih belum konkrit membuktikan argumen-argumen teoritis yang telah dipaparkan pada telaah teoritis sehingga penelitian di masa mendatang sangat dibutuhkan dengan memperbaiki segala keterbatasan penelitian baik yang telah maupun belum diungkapkan.

## REFERENSI

- Adam, C.A., W.Y. Hill, and C.B. Roberts, (1998), "Corporate Social Reporting Practices in Western Europe", *British Accounting Review*, Vol. 30 No. 1 pp 1-21.
- Arifin Sabeni (2002), "An Empirical Analysis of The Relation Between The Board of Director's Composition an the level of Voluntary Disclosure", *Proceedings For The Fifth Indonesian Conference On Accounting*, No. 5 pp. 46-57
- Beasley, Mark S, (2001), "Relationships Between Board Characteristics and Voluntary Improvement in Audit Committee Composition and Experience", *Contemporary Accounting Research*, Winter, Vol. 18 No. 4 pp 545-570
- Beasley, Mark S, (1996), "An Empirical Analysis of the Relation Between the Board of Director Composition and Financial Statement Fraud", *The Accounting Review*, Vol. 71 No. 4 pp 443-465
- Belkaoui, A. and Karpik, P.G. (1989), "Determinants Of The Corporate Decision To Disclose Social Information", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 2 No. 1, pp. 36-51.
- Coller, P., and A. Gregory, (1999), "Audit Committee Activity and Agency Costs", *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol 18 (4-5) pp 311-332
- Cormier, D. and Magnan, M. (1999) "Corporate Environmental Disclosure Strategies: Determinants, Costs and Benefit", *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, Vol. 14, No.4, pp.429-451
- Cowen, S.S., Ferreri, L.B. and Parker, L.D. (1987), "The Impact Of Corporate Characteristics On Social Responsibility Disclosure: A Typology And Frequency-Based Analysis", *Accounting, Organisations and Society*, Vol. 12 No. 2, pp. 111-22.
- Donovan, Gary and Kathy Gibson, (2000). Environmental Disclosure in the Corporate Annual Report: A Longitudinal Australian Study. *Paper for Presentation in the 6<sup>th</sup> Interdisciplinary Environmental Association Conference*, Montreal, Canada.
- Freedman, M. and Jaggi. M. (1988), "An analysis of the association between pollution disclosure and economic performance", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 1 No. 2, pp. 43-58.
- Imam Ghozali. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gray, R., Javad, M., Power, David M., and Sinclair C. Donald., (2001). "Social And Environmental Disclosure, And Corporate Characteristic: A Research Note And Extension"., *Journal of Business Finance and Accounting*, Vol 28 No. 3, pp 327-356.
- Gray, R , Dey, C., Owen, D., Evans, R. & Zadek, S., (1997). "Struggling with the Praxis of Social Accounting: Stakeholders, Accountability, Audits and Procedures", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 10, No. 3, pp. 325-364.
- Gray, R, Kouhy, R. and Lavers, S. (1995a), "Corporate Social And Environmental Reporting: A Review Of The Literature And A Longitudinal Study Of Uk Disclosure", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 8 No. 2, pp. 47-77.
- Gray, R, Kouhy, R. and Lavers, S (1995b), "Methodological Themes: Constructing A Research Database Of Social And Environmental Reporting By Uk Companies", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 8 No. 2, pp. 78-101.
- Gray, R, Owen, D. and Maunders, K. (1988), "Corporate Social Reporting: Emerging Trends In Accountability And The Social Contract", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 1 No. 1, pp. 6-20.
- Gray, R, Owen, D. and Maunders, K. (1987), *Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability*, Prentice-Hall, London.

- Gujarati, Damodar, (1995). *Basic Econometrics*. 3<sup>rd</sup>. ed. International Edition. McGraw-Hill.
- Guthrie, J. and Parker, L.D. (1990), “Corporate Social Disclosure Practice: A Comparative International Analysis”, *Advances in Public Interest Accounting*, Vol. 3, pp. 159-175.
- Hackston, David and Milne, Marcus J., (1996). “Some Determinants Of Social And Environmental Disclosures In New Zealand Companies”, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 9, No. 1, pp. 77-108
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate Analysis*. 5<sup>th</sup> ed. Prentice Hall International, Inc.
- Henny dan Murtanto., (2001). “Analisis Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan”, *Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi*, Vol. 1, no. 2, hal. 21-48
- Harahap, Sofyan Safri., (1993). *Teori Akuntansi*. Edisi Kesatu, Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa.
- Hasibuan, Rizal (2001). “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial” *Tesis*, Universitas Diponegoro, Semarang
- Kumalahadi, (2000). “Perspektif Pragmatik Lingkungan dan Sosial dalam Laporan Keuangan: Peningkatan Kegunaan dan Pertanggungjawaban”. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, Vol. 4, hal. 51-66
- Mathews, M.R. (1997). “Twenty-Five Years Of Social And Environmental Accounting Research: There A Silver Jubilee To Celebrate?”, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 10, No. 4, pp. 487-531
- Mathews, M.R. (1995). “Social and Environmental Accounting: A Practical Demonstration of Ethical Concern”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 14, pp. 663-671
- Patten, D.M. (1992), “Intra-industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: a note on legitimacy theory”, *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 17 No. 5, pp. 471-5.
- Patten, D.M. (1991), “Exposure, Legitimacy, And Social Disclosure”, *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol. 10, pp. 297-308.
- Roberts, R.W. (1992), “Determinants Of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application Of Stakeholder Theory”, *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 17 No. 6, pp. 595-612.
- Sekaran, Uma. (2000). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, Third Edition, New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Shahed Imam, (2000), Corporate Social Performance Reporting in Bangladesh, *Managerial Auditing Journal*, Vol. 15 No.3, pp 133-141
- Siegel, G., dan H.R. Marconi, (1989), *Behavioral Accounting*, Ohio: South Western Publishing Co.
- Utomo, (2000). “Praktek Pengungkapan Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia”., *Proceedings Simposium Nasional Akuntansi 3*, hal. 99-122

**Tabel 1**  
**Hasil Pengujian Regresi Variabel *Size*, *Profitabilitas*, *Profile*, *Ukuran Dewan Komisaris* Dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	(Constant)	7.690E-02	.034		
	TK	1.542E-05	.000	.366	3.986
	EPS	1.717E-05	.000	.110	1.218
	PROFILE	9.971E-02	.026	.362	3.896
	KOM	1.822E-02	.008	.217	2.296
	LEV	1.049E-03	.001	.089	.982

a Dependent Variable: CSD  
 Model Summary

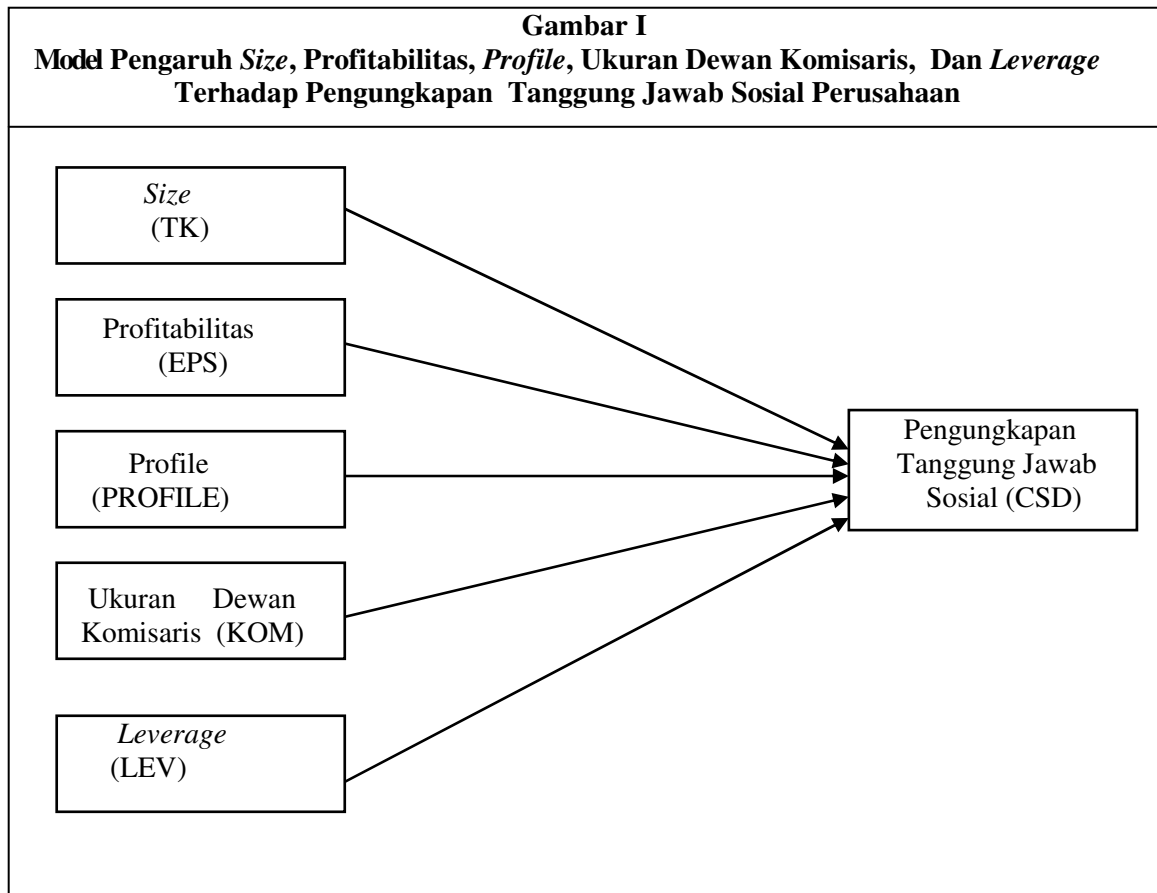
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.644	.415	.375	.10894

a Predictors: (Constant), LEV, EPS, TK, PROFILE, KOM  
 b Dependent Variable: CSD  
 ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.607	5	.121	10.223	.000
	Residual	.854	72	1.187E-02		
	Total	1.461	77			

a Predictors: (Constant), LEV, EPS, TK, PROFILE, KOM  
 b Dependent Variable: CSD





**Lampiran 1**  
**Item-Item Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

KATEGORI	Sektor Industri											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Lingkungan</b>												
1 Pengendalian polusi kegiatan operasi; pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi	Y	Y	Y	Y	Y	Y	T	T	T	T	Y	Y
2 Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
3 Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	T	T	T	T	Y	Y
4 Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi;	Y	T	Y	T	Y	T	T	T	T	T	Y	Y
5 Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas;	T	T	Y	T	Y	T	T	T	T	T	Y	Y
6 Penggunaan material daur ulang;	T	T	Y	Y	Y	Y	T	T	T	T	Y	Y
7 Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
8 Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
9 Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
10 Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
11 Pengolahan limbah	Y	Y	Y	T	Y	T	T	T	T	T	Y	Y
12 Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	T	Y	T	T	Y	Y
13 Perlindungan lingkungan hidup.	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
<b>Energi</b>												
1 Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
2 Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi;	T	Y	Y	T	Y	T	T	T	T	T	Y	Y
3 Mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang;	T	Y	Y	T	Y	T	T	T	T	T	Y	Y
4 Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
5 Pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk	T	T	Y	T	Y	Y	T	T	T	T	Y	Y
6 Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk;	Y	T	Y	T	Y	Y	T	T	T	T	Y	Y
7 Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan.	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
<b>Kesehatan Dan Keselamatan Tenaga kerja</b>												
1 Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
2 Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
3 Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
4 Mentaati peraturan standard kesehatan dan keselamatan kerja	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
5 Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
6 Menetapkan suatu komite keselamatan kerja	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
7 Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
8 Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
<b>Lain-lain tentang Tenaga kerja</b>												
1 Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
2 Mengungkapkan persentase/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat managerial;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y

3	Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
4	Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
5	Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
6	Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
7	Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja.	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
8	Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
9	Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
10	Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
11	Pengungkapkan persentase gaji untuk pensiun;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
12	Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
13	Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
14	Mengungkapkan tingkatan managerial yang ada	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
15	Mengungkapkan disposisi staff - di mana staff ditempatkan	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
16	Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
17	Mengungkapkan statistik tenaga kerja, mis. penjualan per tenaga kerja;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
18	Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut.	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
19	Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
20	Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain.	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
21	Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
22	Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
23	Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
24	Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
25	Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
26	Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan.	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
27	Peningkatan kondisi kerja secara umum;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
28	Informasi re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
29	Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
<b>Produk</b>														
1	Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya,	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
2	Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
3	Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
4	Pengungkapan bahwa produk memenuhi standard keselamatan;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	T	T	T	Y	Y	Y	Y
5	Membuat produk lebih aman untuk konsumen;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
6	Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan	Y	Y	Y	Y	Y	Y	T	Y	T	Y	Y	Y	Y
7	Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	T	Y	Y	Y	Y
8	Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan	Y	Y	Y	Y	Y	Y	T	Y	T	Y	Y	Y	Y
	Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
10	Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (Misalnya ISO 9000).	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
<b>Keterlibatan Masyarakat</b>														
1	Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y

	masyarakat, pendidikan dan seni														
2	Tenaga kerja paruh waktu (part-time employment) dari mahasiswa/pelajar	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
3	Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
4	Membantu riset medis;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
5	Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
6	Membiayai program beasiswa	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
7	Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
8	Mensponsori kampanye nasional;	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
9	Mendukung pengembangan industri local	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
<b>Umum</b>															
1	Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat.	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
2	Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
<b>Total item yang diharapkan diungkapkan</b>		73	73	78	71	78	73	64	67	63	67	78	78		

**Sumber** : Dimodifikasi dari Hackston dan Milne (1999)

\* untuk sektor *Others* dilakukan penyesuaian untuk masing-masing perusahaan

**Keterangan:**

**Y** = item yang diharapkan diungkapkan sektor bersangkutan

**T** = item yang tidak relevan untuk sektor bersangkutan

**Sektor Industri**

1 = Agriculture Forestry and Fishing

2 = Animal Feed and Husbandry

3 = Mining and Mining service

4 = Construction

5 = Manufacturing

6 = Transportation Service

7 = Communication

8 = Whole Sale and Retail Trade

9 = Banking, Credit Agencies Other than Bank, securities, Insurance and Real estate

10 = Hotel And Travel Service

11 = Holding and Other Investment

12 = Others