

**PENGARUH *FINANCIAL LEVERAGE* DAN *SIZE* PERUSAHAAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI)**



Oleh :

RICHA PUSPITA SARI

05271/2008

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
Wisuda Periode Maret 2013**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PENGARUH *FINANCIAL LEVERAGE* DAN *SIZE* PERUSAHAAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI)**

Oleh :

RICHA PUSPITA SARI

05271/2008

Artikel ini disusun berdasarkan skripsi/tesis untuk persyaratan wisuda periode Maret 2013
dan telah diperiksa/disetujui oleh kedua pembimbing

Padang ... Maret 2013

Pembimbing I



Nelvirita, SE, M.si, Ak
NIP. 19740706 199903 2 002

Pembimbing II



Salma Taqwa, SE, M.Si
NIP. 19730723 200604 2 001

**PENGARUH *FINANCIAL LEVERAGE* DAN *SIZE PERUSAHAAN* TERHADAP
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN
(*Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI*)**

Richa Puspita Sari

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus Air Tawar Padang
Email.: richapuspita@gmail.com

Abstract

This study aims to test and provide empirical evidence of: 1) the effect of Financial leverage on corporate social responsibility. 2) the effect on company size on corporate social responsibility.

This research is causative. the population 25 company manufactured in BEI. The type of data is the secondary data research. Methods of sample collection is using purposive sampling method. Data analysis techniques is using multiple linear regression.

The result of this study indicate: 1) financial leverage does not have significant positive effect on corporate social responsibility. 2) company size do have significant positive effect on corporate social responsibility.

Suggestion for this study include: 1) for companys management the more attention level of corporate social responsibility be able the effect investor decree. 2) for the next researcher of the adding sample and time is period research, adding other variables example profile, profitabilitas, board of comisioner size, company age and had better the measuring scale of corporate social responsibility is using linkert scale.

Keyword : Financial Leverage, Company Size, Corporate Social Responsibility.

A. PENDAHULUAN

Laporan keuangan merupakan suatu alat yang digunakan oleh manajemen untuk melakukan pertanggungjawaban kinerja ekonomi perusahaan kepada para investor, kreditur, dan pemerintah. Laporan keuangan menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI, 2009) mempunyai tujuan untuk memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja dan arus kas yang bermanfaat bagi sebagian besar pengguna laporan keuangan dalam rangka membuat keputusan-keputusan ekonomi serta untuk menunjukkan pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka.

Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan (disclosure) adalah penyajian informasi yang diperlukan dalam laporan keuangan untuk mencapai operasi optimal pasar modal yang efisien (Hendriksen, 2002).

Pengungkapan ini dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu pengungkapan wajib (mandatory disclosure) dan pengungkapan sukarela (voluntary disclosure). Pengungkapan wajib merupakan pengungkapan informasi yang diharuskan oleh Badan Pelaksana Pasar Modal (BAPEPAM) dan Lembaga Keuangan (LK), sedangkan pengungkapan sukarela adalah pengungkapan yang dilakukan perusahaan diluar apa yang diwajibkan oleh standar akuntansi atau BAPEPAM (Suwardjono, 2005).

Ketika perusahaan menjadi semakin berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan sosial dapat terjadi. Oleh sebab itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak-dampak negatif yang ditimbulkan oleh suatu perusahaan. Banyak perusahaan swasta sekarang ini mengembangkan apa yang disebut dengan tanggung jawab sosial perusahaan atau disebut juga sebagai Corporate Social

Responsibility (CSR). Banyak penelitian yang menemukan terdapat hubungan positif antara tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility) dengan kinerja keuangan, walaupun dampaknya dalam jangka panjang.

Menurut Darwin (2006) Corporate Social Responsibility adalah komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi yang tinggi dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersama dengan meningkatkan kualitas hidup dari kualitas yang kurang baik. Sedangkan menurut Wibisono (2007) corporate social responsibility merupakan konsep ketika perusahaan memutuskan secara sukarela untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat dengan lebih baik dan lingkungan yang lebih lestari.

Menurut Sembiring (2005), pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus berkepentingan dan masyarakat secara keseluruhan.

Dalam penelitian ini item pengungkapan tanggung jawab sosial diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996) yang terdiri dari 90 item pengungkapan, dan berdasarkan keputusan BAPEPAM No. VIII. G. 2 tentang laporan tahunan dan untuk kesesuaian item tersebut diaplikasikan di Indonesia dan selanjutnya disesuaikan kembali pada masing-masing sektor industri, diperoleh 78 item pengungkapan untuk perusahaan manufaktur (Sembiring, 2005).

Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia belum mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial, terutama mengenai tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan atau akibat lain yang terjadi dalam kegiatannya. Kewajiban untuk melaksanakan peran tanggung jawab sosial dan pengungkapan dalam laporan keuangan tahunan

perusahaan semakin kuat dengan dikeluarkannya UU no 40 tahun 2007 pasal 74 ayat 1, yaitu perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang yang berkaitan dengan sumber alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan serta mewajibkan semua perseroan untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan. Serta melalui UU no 40 tahun 2007 pasal 74 ayat 3, yang berisikan bahwa perseroan terbatas yang tidak melaksanakan program tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan akan dikenai sanksi sesuai dengan peraturan undang-undang.

Selama belum ada sanksi khusus yang mengatur maka perseroan yang tidak melakukan CSR akan dikenai sanksi administratif sesuai pasal 34 ayat 1 dan 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 yaitu (1) Badan usaha atau usaha perseorangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam Pasal 15 dapat dikenai sanksi administratif berupa: peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal atau pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal. (2) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan oleh instansi atau lembaga yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Menurut Lang and Lundholm (1993) dalam Junaidi (2011), dalam konteks laporan keuangan, penentuan karakteristik bisa ditetapkan dengan menggunakan tiga pendekatan kategori, yaitu: karakteristik yang berhubungan dengan structure, performance, dan market. Karakteristik perusahaan yang mencerminkan structure perusahaan menggunakan variabel leverage dan size perusahaan, performance menggunakan variabel profitabilitas dan likuiditas perusahaan, sedangkan market menggunakan tipe industri, tipe auditor, dan status perusahaan.

Karakteristik perusahaan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah karakteristik perusahaan yang berhubungan dengan structure perusahaan menggunakan variabel leverage dan size perusahaan. Menurut Sartono (2001) leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana (sources of funds) oleh perusahaan yang memiliki beban tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Perusahaan menggunakan operating dan financial leverage dengan tujuan agar keuntungan yang diperoleh lebih besar daripada biaya aset dan sumber dananya, dengan demikian akan meningkatkan keuntungan pemegang saham.

Financial leverage adalah perbandingan antara dana-dana yang dipakai untuk membelanjai/membiayai perusahaan atau perbandingan antara dana yang diperoleh dari eksteren perusahaan (dari kreditur-kreditur) dengan dana yang disediakan pemilik perusahaan. Financial Leverage penting untuk menilai kemampuan perusahaan melunasi semua hutang-hutangnya. Perusahaan yang mempunyai proporsi hutang lebih banyak dalam struktur permodalannya akan mempunyai biaya keagenan yang lebih besar. Oleh karena itu, perusahaan yang mempunyai leverage tinggi mempunyai kewajiban yang lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi krediturnya (Suripto, 1999 dalam Amalia, 2005). Pemberian informasi yang lebih banyak ini bertujuan untuk memudahkan perolehan tambahan dana dengan biaya murah baik dari perolehan hutang maupun dari penerbitan saham, untuk program pendanaan berikutnya.

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 & Meckling 1976, dalam Jayanti 2011). Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang

obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio leverage yang tinggi akan memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio leverage yang rendah.

Menurut Sartono (2001) untuk mengukur tingkat leverage keuangan perusahaan terdapat beberapa rasio atau ukuran yang umum digunakan antara lain debt equity rasio (total hutang dibagi ekuitas pemegang saham), debt to total asset rasio (total utang dibagi total aktiva), selain itu ada juga mengukur dengan time interest rasio (laba sebelum bunga dan pajak dibagi beban bunga). Dalam penelitian ini penulis menggunakan debt equity rasio (ukuran total hutang dibagi dengan total modal sendiri), agar lebih tampak perbandingan antara dana yang diperoleh dari pihak kreditur dan yang diperoleh dari para pemegang saham dalam mendanai aktiva perusahaan.

Variabel lain yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial adalah size perusahaan. Size perusahaan dapat diartikan sebagai suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar atau kecilnya perusahaan. Teori agensi menyatakan perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar dari pada perusahaan kecil, dan perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak dibanding perusahaan kecil sebagai upaya mengurangi biaya keagenan (Jensen dan Meckling, 1976). Perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar, sehingga perusahaan perlu dan mampu untuk membiayai penyediaan informasi untuk keperluan internal maupun eksternal dan tidak perlu ada tambahan biaya yang besar, sebaliknya perusahaan dengan sumber daya yang relatif kecil mungkin tidak memiliki informasi siap saji, sehingga perlu ada tambahan biaya yang relatif besar agar dapat melakukan pengungkapan selengkap yang dilakukan perusahaan besar.

Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variabel pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini terkait dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Disamping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005).

Menurut Sudarmadja dan Lana (2007) ukuran perusahaan bisa diukur dengan menggunakan total aktiva, jumlah karyawan dan total penjualan dari perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur menggunakan total aktiva. Biasanya perusahaan besar mempunyai aktiva yang besar pula nilainya, karena itu total aktiva dipandang lebih mampu memperlihatkan ukuran perusahaan dan relatif lebih stabil dibandingkan dengan total penjualan.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR), merupakan aspek penting yang harus dilakukan perusahaan dalam operasionalnya. Hal tersebut bukan semata-mata memenuhi peraturan perundang-undangan sebagaimana untuk Perseroan Terbatas (PT) diatur dalam Undang undang No. 40 pasal 74 tahun 2007, melainkan secara logis terdapat hukum sebab akibat, dimana ketika operasional perusahaan memberikan dampak negatif, maka akan muncul respon negatif yang jauh lebih besar dari masyarakat maupun lingkungan yang dirugikan.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

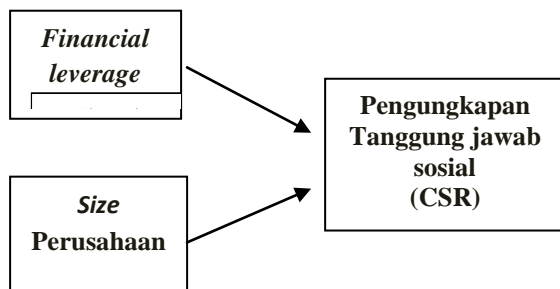
1. Seberapa besar *financial leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Seberapa besar *Size* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Pengaruh *financial leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Pengaruh *Size* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Untuk lebih jelasnya pengaruh antar variabel independen dengan variabel dependen dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar Kerangka Konseptual

Berdasarkan kajian teori dan kerangka konseptual yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- $Ha_1 =$ *Financial Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
- $Ha_2 =$ *Size* Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

TELAAH LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Toeri Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Beberapa studi tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah menggunakan teori legitimasi sebagai basis menjelaskan praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Hackston dan Milne, 1996; Sembiring, 2003; Husillos, *et al*, 2009; Nurkhin, 2009). Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan:

Legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.

Teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat sekitar merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat. Menurut Deegan (2004) dalam Nurkhin (2009), teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada dan memastikan bahwa aktifitas perusahaan diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang “sah”.

Adanya dorongan bagi perusahaan untuk beroperasi dalam sistem norma dan nilai yang berlaku dalam masyarakat, menyebabkan perusahaan menggunakan konsep tanggung jawab sosial perusahaan guna mendapatkan legitimasi masyarakat dan respon positif oleh para pelaku pasar (Oliver, 1991; Haniffa dan Coke, 2005; Ani, 2007 dalam Nurkhin 2009).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu mekanisme yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan perusahaan dengan *stakeholders* dan merupakan jalan masuk oleh beberapa organisasi untuk memperoleh keuntungan atau

memperbaiki legitimasi (Lindbolm, 1994; O'Donovan, 2002; Campbell *et al*, 2003; Ahmad *et al*, 2004 dalam Nurkhin, 2009).

2. Defenisi dan Jenis Pengungkapan

a. Defenisi Pengungkapan

Kata pengungkapan (*disclosure*) memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Apabila dikaitkan dengan laporan keuangan perusahaan, *disclosure* mengandung arti bahwa laporan perusahaan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha (Ghozali dan Chariri, 2007).

b. Jenis-jenis pengungkapan

Suwardjono (2005) mengemukakan ada dua jenis pengungkapan berdasarkan sifatnya, yaitu:

1. Pengungkapan wajib (*Mandatory disclosure*)

Pengungkapan wajib merupakan pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku dan memaksa perusahaan untuk mengungkapkannya. Luas pengungkapan wajib tidak sama antara satu negara dengan negara lain.

2. Pengungkapan sukarela (*Voluntary disclosure*)

Pengungkapan sukarela merupakan pengungkapan butir-butir yang dilakukan sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh peraturan yang berlaku. Pengungkapan sukarela secara lebih luas akan meningkatkan kredibilitas perusahaan dan membantu investor memahami strategi bisnis manajemen.

Di Indonesia, pengungkapan dalam laporan keuangan dan laporan tahunan baik yang bersifat wajib maupun sukarela telah diatur dalam PSAK No.1 dan pemerintah melalui Keputusan Ketua Bapepam Nomor 134/BL/2006 tentang Kewajiban Penyampaian Laporan Tahunan bagi Emiten dan Perusahaan Publik. Pengungkapan informasi yang diatur oleh pemerintah ataupun lembaga profesional

(dalam hal ini Ikatan Akuntansi Indonesia) merupakan pengungkapan yang wajib dipatuhi oleh perusahaan yang *go public*.

3. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi dibidang hukum (Darwin, 2004). Sedangkan *The Organization for Economic and Development* (OECD) merumuskan CSR sebagai kontribusi bisnis bagi pembangunan berkelanjutan serta adanya perilaku korporasi yang tidak semata-mata menjamin adanya pengembalian bagi pemegang saham, upah bagi para karyawan, dan pembuatan produk serta jasa bagi para pelanggan, melainkan perusahaan bisnis juga harus memberi perhatian terhadap berbagai hal yang dianggap penting serta nilai-nilai masyarakat (Surya dan Yustifandana, 2006).

4. Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Menurut Wibisono (2007) ada tiga alasan mengapa perusahaan mesti merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial perusahaan sejalan dengan operasi usahanya yaitu :

- a. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat.
- b. Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme.
- c. Kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial.

Dalam melakukan tanggung jawab sosialnya perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yaitu *profit*,

lingkungan dan masyarakat. Dengan memperoleh laba perusahaan dapat memberikan deviden bagi pemegang saham mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh oleh pemegang saham untuk mengembangkan usaha dimasa depan serta membayar pajak kepada pemerintah.

Menurut Wibisono (2007) dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktifitas CSR yaitu :

- a. Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan
- b. CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalisasi dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis.
- c. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan.
- d. CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan *stakeholdersnya*.
- e. Meningkatkan penjualan.
- f. Insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya.

5. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab adalah suatu kewajiban perusahaan yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa baik bagi masyarakat maupun juga dalam mempertahankan kualitas lingkungan sosialnya secara fisik maupun memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat dimana mereka berada. Perusahaan bertanggung jawab secara sosial ketika manajemennya memiliki visi atas kinerja operasionalnya, tidak hanya mengutamakan atas laba/profit perusahaan tetapi juga dalam menjalankan aktivitasnya, memperhatikan lingkungan yang ada disekitarnya. Perusahaan tidak hanya memandang laba sebagai satu-satunya tujuan dari perusahaan tetapi ada tujuan yang lainnya yaitu kepedulian

perusahaan terhadap lingkungan, karena perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray *et. al.*, 1987) dalam Sembiring (2005).

Dalam penelitian ini tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan menggunakan item pengungkapan tanggung jawab sosial yang diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996) yang melakukan penelitian pada 47 perusahaan di Newzeeland yang terdiri dari 90 item pengungkapan tanggung jawab sosial, dan berdasarkan keputusan BAPEPAM No.VIII.G.2 tentang laporan tahunan, 12 dari item tersebut dihapuskan untuk kesesuaian item tersebut untuk diaplikasikan di Indonesia dan selanjutnya disesuaikan kembali dengan masing-masing sektor industri (Sembiring, 2005).

6. Financial Leverage

Menurut Sartono (2001) *leverage* adalah penggunaan aset dan sumber dana (*sources of funds*) oleh perusahaan yang memiliki beban tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. *leverage* dibedakan menjadi 3 (tiga) jenis, diantaranya *Leverage Operasi (Operating Leverage)*, *Leverage Keuangan (Financial Leverage)*, dan *Leverage Total/Leverage gabungan (Combine Leverage)*.

Operating Leverage merupakan penggunaan aktiva dengan biaya tetap yang bertujuan untuk menghasilkan pendapatan yang cukup untuk menutup biaya tetap dan variabel serta dapat meningkatkan profitabilitas (Sartono, 2001). *Operating Leverage* dapat terjadi jika sebagian besar dari total biaya perusahaan adalah biaya tetap. Selain itu *Operating Leverage* terjadi jika adanya *Leverage*, yang fungsinya untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai oleh utang sehingga *Operating Leverage* memiliki fungsi untuk melihat bagaimana sumber dana tersebut digunakan, dimana

untuk penggunaannya disertai dengan biaya tetap berupa penyusutan dan bunga.

Leverage Keuangan (*Financial Leverage*) merupakan penggunaan dana yang menyebabkan perusahaan harus menanggung beban tetap dengan tujuan untuk meningkatkan atau mengoptimalkan pendapatan perlembar saham (Sartono, 2001). *Financial Leverage* penting untuk menilai kemampuan perusahaan melunasi semua hutang-hutangnya. Perusahaan yang mempunyai proporsi hutang lebih banyak dalam struktur permodalannya akan mempunyai biaya keagenan yang lebih besar. Oleh karena itu, perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi mempunyai kewajiban yang lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi krediturnya (Suripto, 1999 dalam Amalia, 2005). Pemberian informasi yang lebih banyak ini bertujuan untuk memudahkan perolehan tambahan dana dengan biaya murah baik dari perolehan hutang maupun dari penerbitan saham, untuk program pendanaan berikutnya.

Financial leverage merupakan sumber-sumber pembiayaan eksternal (*external financial*) yang digunakan perusahaan untuk investasi atau dialokasikan pada berbagai aset (*fund allocation*). Menurut Sartono (2001) jenis-jenis pengukuran rasio *leverage*:

a. *Debt ratio*

Semakin tinggi rasio ini maka semakin besar risiko yang dihadapi, dan investor akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi.

$$Debt\ ratio = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total aktiva}}$$

b. *Debt equity ratio*

Rasio ini memperlihatkan proporsi penggunaan hutang dibandingkan modal sendiri untuk membiayai investasinya

$$Debt\ equity\ ratio = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal Sendiri}}$$

Dalam penelitian ini penulis menggunakan *debt equity ratio* yaitu ukuran total hutang dibagi dengan total modal sendiri. Alasan penulis menggunakan DER ini agar lebih tampak

perbandingan antara dana yang diperoleh dari pihak kreditur dengan dana yang diperoleh dari para pemegang saham dalam mendanai aktiva perusahaan.

c. *Time interest ratio*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya berupa bunga, atau mengukur seberapa jauh laba dapat berkurang tanpa perusahaan mengalami kesulitan karena tidak mampu membayar bunga.

$$Time\ interest\ ratio = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Beban Bunga}}$$

7. *Size Perusahaan*

Secara umum ukuran perusahaan (*organization size*) dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya suatu objek. Menurut Soemarso (2002) perusahaan adalah suatu organisasi yang didirikan oleh seseorang atau sekelompok orang atau badan lain yang kegiatannya adalah melakukan produksi dan distribusi guna memenuhi kebutuhan ekonomis manusia. Jadi, bila pengertian ukuran dikaitkan dengan perusahaan atau organisasi, maka ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu skala pengklasifikasian besar kecilnya suatu perusahaan atau organisasi yang didirikan oleh seseorang atau lebih untuk mencapai tujuannya.

Pada dasarnya perusahaan dapat terbagi dalam dua kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Menurut keputusan Bapepam No.9 tahun 1995 berdasarkan ukurannya perusahaan dapat digolongkan atas dua kelompok sebagai berikut:

1. Perusahaan menengah/kecil

Perusahaan menengah/kecil merupakan badan hukum yang didirikan di Indonesia yang:

- a. Memiliki sejumlah kekayaan (total asset) tidak lebih dari Rp 20 Milyar
- b. Bukan merupakan afiliasi/dikendalikan oleh suatu

perusahaan yang bukan perusahaan menengah/kecil.

c. Bukan merupakan reksadana

2. Perusahaan menengah/besar

Perusahaan menengah/besar merupakan kegiatan ekonomi yang mempunyai kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan usaha. Usaha ini meliputi usaha nasional (milik negara/swasta) dan usaha asing yang melakukan kegiatan di Indonesia.

Ukuran perusahaan bisa diukur dengan menggunakan total aktiva, penjualan atau modal dari perusahaan tersebut. Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan dengan total aset yang kecil.

B. Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan *Financial Leverage* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Financial leverage adalah perbandingan antara dana-dana yang dipakai untuk membelanjai/membiayai perusahaan atau perbandingan antara dana yang diperoleh dari eksteren perusahaan (dari kreditur-kreditur) dengan dana yang disediakan pemilik 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 & Meckling, 1976 dalam Junaidi, 2011). Oleh karena itu perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban untuk

melakukan pengungkapan yang lebih luas dari pada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah.

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.

Rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Oleh karena itu, perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain adalah penelitian Belkaoui & Karpik (1989), dan Sitepu (2008), akan tetapi tidak semua peneliti mendukung hubungan *leverage* dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini ditemukan oleh Sembiring (2003).

2. Hubungan *Size* Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Machfoed (1998) ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara antara lain total aktiva, *size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), perusahaan kecil (*small firm*).

Ukuran perusahaan (*size*) 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 (Sembiring, 2005). Cowen *et al.*, (1987) dalam Jayanti (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat akan memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dan laporan tahunan akan digunakan untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial tersebut.

Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Alasan lain adalah perusahaan besar dan memiliki biaya keagenan yang lebih besar tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan. Lebih banyak pemegang saham, berarti memerlukan lebih banyak juga pengungkapan, hal ini dikarenakan tuntutan dari para pemegang saham dan para analis pasar modal (Gunawan, 2000 dalam Jayanti, 2011).

Hubungan antara *size* perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah diuji dalam sejumlah penelitian. Penelitian yang dilakukan Sembiring (2005) menemukan bahwa *size* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan Utomo (2000) menemukan bahwa ukuran perusahaan berkorelasi positif terhadap pengungkapan informasi sosial perusahaan.

Kebanyakan pelaku program CSR merupakan perusahaan besar, sebab pelaksanaannya membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Hal ini dapat dilihat dari total aktiva yang dimiliki perusahaan. Selain itu, perusahaan besar banyak melakukan

aktivitas yang berdampak besar terhadap lingkungan, sehingga ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang telah dijelaskan pada bab terdahulu, maka penelitian ini tergolong penelitian kausatif.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2007-2010. Sampel adalah bagian dari populasi. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang memenuhi kriteria tertentu.

Teknik sampling yang digunakan peneliti adalah dengan metode purposive sampling, yaitu mengambil sampel yang telah ditentukan sebelumnya berdasarkan maksud dan tujuan penelitian. Beberapa pertimbangan atau kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2007 sampai tahun 2010.
2. Perusahaan tersebut menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) dengan lengkap selama tahun 2007-2010 secara berturut-turut.
3. Perusahaan tersebut menyediakan informasi mengenai pelaksanaan pengungkapan tanggung jawab sosial selama tahun 2007-2010 secara berturut-turut.

Jenis data dan sumber data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data-data yang bersifat sekunder. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung yaitu melalui perantara (Indriantoro dan Supomo, 2002).

Periode data yang digunakan adalah selama empat tahun (2007-2010), diharapkan selama periode tersebut perusahaan sudah mengungkapkan informasi mengenai lingkungan sekitar tempat usahanya secara konsisten, yang berhubungan dengan pengungkapan sosial. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari:

1. ICMD (*Indonesian capital market directory*),
2. Data pengungkapan CSR dalam laporan tahunan yang berasal dari situs www.idx.co.id

Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik dokumentasi, teknik ini dimaksudkan sebagai cara untuk mengumpulkan data dengan mempelajari dan mencatat bagian-bagian yang dianggap penting dari berbagai risalah resmi.

Adapun dokumentasi dalam penelitian ini berupa laporan tahunan perusahaan emiten yang dijadikan sampel yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2007-2010.

Variabel dan Pengukurannya

1. Variabel Dependen

Variabel dependen yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

Pengukuran variable luas pengungkapan CSR ini, menggunakan instrumen penelitian berupa suatu daftar (check list) pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, yang terbagi dalam tujuh kategori, yaitu (1) lingkungan, (2) energi, (3) kesehatan masyarakat, (4) lain-lain tenaga kerja, (5) produk, (6) keterlibatan masyarakat, (7) umum. Kategori ini diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005).

Pengukuran variabel ini dengan mengukur pengungkapan sosial laporan tahunan yang dilakukan dengan

pengamatan mengenai ada tidaknya suatu item informasi yang ditentukan dalam laporan tahunan, apabila item informasi tidak ada dalam laporan keuangan maka diberi skor 0, dan jika item informasi yang ditentukan ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 1. Metode ini sering dinamakan *Checklist* data. Kemudian skor yang didapat dari setiap item di jumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Setelah itu dilakukan perhitungan untuk mendapatkan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dari setiap sampel. Rumus perhitungan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) adalah sebagai berikut.

$$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{N_j}$$

Sumber: Haniffa, *et al.* 2005, dalam Yusrina, 2010

2. Variabel independen

a. Financial leverage

Rumus pengukuran *financial leverage* perusahaan adalah sebagai berikut :

$$Debt\ equity\ ratio = \frac{Total\ hutang}{Total\ modal\ sendiri}$$

b. Size Perusahaan

Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan total aset yang dimiliki perusahaan sampel (Sudarmadji dan Lana (2007). Total aktiva dipandang lebih mampu memperlihatkan ukuran perusahaan dan relatif stabil dibandingkan total penjualan.

Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik harus dilakukan dalam penelitian ini, untuk menguji apakah data memenuhi asumsi klasik. Hal ini untuk menghindari terjadinya estimasi yang bias mengingat tidak pada semua data dapat diterapkan regresi. Pengujian yang dilakukan adalah uji Normalitas, uji Multikolinieritas, uji Heteroskedastisitas, dan uji Autokorelasi.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Model regresi yang baik adalah data normal atau mendekati normal. Uji ini dapat dilihat dengan menggunakan kalmogorov smirnov test. Menurut Ghozali (2007):

- 1) Jika probabilitas data > 0.05 maka H_0 diterima, artinya data berdistribusi normal.
- 2) Jika probabilitas data < 0.05 maka H_0 ditolak, artinya data tidak berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah salah satu asumsi penting untuk model regresi berganda. Asumsi ini menyatakan bahwa antara independen variabel terjadi gejala korelasi atau memiliki hubungan yang signifikan. Pengujian multikolinearitas akan menggunakan variance inflation factor (VIF) dengan kriteria menurut Ghozali (2007) yaitu:

- 1) Jika angka toleransi dibawah 0,1 dan $VIF > 10$ dikatakan terdapat gejala multikolinearitas
- 2) Jika angka toleransi diatas 0,1 dan $VIF > 10$ dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual suatu pengamatan ke pengamatan lain (Gozali, 2007). Jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Untuk menguji heterokedastisitas dapat diketahui dari nilai signifikansi korelasi Rank Spearman antara masing-masing variabel independen dengan residualnya. Jika nilai signifikansi lebih besar dari alfa (5%) maka tidak terdapat heterokedastisitas dan sebaliknya jika lebih kecil dari alfa (5%) maka terdapat heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (Ghozali, 2007).

Menurut Idris (2006), pengujian autokorelasi menggunakan Durbin Watson. Yaitu:

- 1) Nilai D-W besar atau diatas 2 berarti tidak ada autokorelasi negatif
- 2) Nilai D-W antara -2 sampai 2, berarti tidak ada autokorelasi atau bebas autokorelasi.
- 3) Nilai D-W kecil atau dibawah -2, berarti ada autokorelasi positif.

Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Setelah mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan serangkaian tahap untuk menghitung dan mengolah data-data tersebut, agar dapat mendukung hipotesis yang telah diajukan.

Adapun tahap-tahap penghitungan dan pengolahan data sbb:

- a. Menghitung indeks pengungkapan sosial.
- b. Menghitung karakteristik perusahaan yang diprosikan dalam tingkat leverage, dan ukuran perusahaan
- c. Regresi model.

Teknik regresi linier berganda dilakukan terhadap model yang diajukan peneliti. Dengan menggunakan Software SPSS Versi 17 untuk memprediksi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hubungan antara karakteristik perusahaan dengan pengungkapan sosial perusahaan, diukur dengan rumus, sbb:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan

Y = Indeks Pengungkapan tanggung jawab sosial

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi variabel independen

X_1 = Financial Leverage

X2 = Size Perusahaan
 e = eror/kesalahan

2. Uji model

a. Uji F (F-test)

Uji F dilakukan bertujuan untuk menguji apakah hasil analisis regresi berganda modelnya sudah fix atau belum. Patokan yang digunakan dalam pengujian ini adalah membandingkan nilai sig yang diperoleh dengan derajat signifikansi pada level $\alpha = 0,05$. Apabila nilai sig yang diperoleh lebih kecil dari derajat signifikansi maka model yang digunakan sudah fix. Persamaan F test dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/k-1}{(1-R^2)/(n-k)}$$

Dimana:

R2 = koefisien determinasi
 N = jumlah sampel
 k = jumlah variabel bebas

b. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R2) intinya mengukur ketepatan atau kecocokan dari regresi linear berganda yaitu persentase sumbangan (goodness of fit) dari regresi linear berganda, yaitu persentase seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini digunakan Adjusted R square, karena variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini lebih dari satu. Tujuan pengukuran Adjusted R square adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen variabel.

c. Uji Hipotesis (t-Test)

Uji t ini dilakukan untuk melihat pengaruh dari masing-masing variabel secara individu (parsial) terhadap variabel tidak terikat. Untuk melihat nilai signifikan masing-masing parameter yang diestimasi, maka digunakan t-test dengan rumus:

$$t\text{-Test} = \frac{\beta_n}{S\beta_n}$$

Dimana:

T = Nilai mutlak pengujian
 Bn = koefisien regresi masing-masing variabel
 Sβn = standar eror masing-masing variabel

Dengan kriteria pengujian:

- 1) Jika thitung \geq ttabel atau $\alpha < 0,05$ dan β positif, maka hipotesis diterima.
- 2) Jika thitung \leq ttabel atau $\alpha > 0,05$ dan β negatif, maka hipotesis ditolak.

Dengan tingkat kepercayaan untuk pengujian hipotesis adalah 95% atau $(\alpha) = 0,05$

Defenisi Operasional

1. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah Pengungkapan informasi yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap dampak aktivitas bisnisnya terhadap para stakeholdersnya. Skala untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang digunakan yaitu Corporate Social Responsibility Indeks.

2. Financial leverage adalah Perbandingan antara dana-dana yang dipakai untuk membelanjai/membiayai perusahaan atau perbandingan antara dana yang diperoleh dari eksteren perusahaan (dari kreditur-kreditur) dengan dana yang disediakan pemilik perusahaan. Skala pengukuran yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu total utang dibagi dengan total ekuitas.

3. Ukuran perusahaan (size) adalah skala yang dapat mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan. Salah satu cara untuk mengukur besar kecilnya suatu perusahaan yaitu dengan melihat total aktiva perusahaan yang terdaftar di BEI.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Residual

Pengujian normalitas residual data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *one sample kolmogorov-smirnov test*, yang mana jika nilai *asym.sig* (2-tailed) > 0.05 maka distribusi data dikatakan normal.

Setelah dilakukan pengolahan data, didapat hasil yang menyatakan bahwa salah satu variabel independen *size* perusahaan tidak terdistribusi normal. Oleh sebab itu dilakukan transformasi data dengan menggunakan Ln (Logaritma natural). Setelah ditransformasi data dilakukan dalam bentuk Ln dimana variabel independen *size* perusahaan dalam bentuk Ln kembali diuji normalitasnya, akan tetapi data tersebut masih tidak normal. Oleh karena itu peneliti juga melakukan *screening* terhadap data *outlier*. Hal ini sesuai dengan pendapat Imam (2007) menyatakan bahwa data *outlier* merupakan data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi – observasi lainnya yang muncul dalam bentuk ekstrim. Sisa data setelah dilakukan transformasi data adalah 24 perusahaan.

2. Uji Multikolenearitas

Gejala multikolenearitas ditandai dengan adanya hubungan yang kuat diantara variabel independen dalam suatu persamaan regresi. Apabila dalam suatu persamaan regresi terdapat gejala multikolenearitas maka akan menyebabkan ketidakpastian estimasi, sehingga kesimpulan yang diambil tidak tepat. Model regresi yang dinyatakan bebas dari multikolenearitas apabila nilai VIF < 10 dan *Tolerance* > 0,10.

Nilai VIF pada sampel penelitian tidak ada yang melebihi 10 dan nilai *tolerance* tidak ada yang kurang dari 0,10. Hal ini berarti bahwa hasil nilai menunjukkan tidak adanya masalah

multikolenearitas yang serius sehingga layak digunakan model regresi berganda.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan dalam model regresi linier tingkat kesalahan (*e*) mempunyai varians yang sama atau tidak dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk menguji heterokedastisitas dapat diketahui dari nilai signifikan korelasi *Rank Spearman* antara masing-masing variabel independen dengan residualnya. Jika nilai signifikan lebih besar dari alfa (5%) maka tidak terdapat heterokedastisitas dan sebaliknya jika kecil dari alfa (5%) maka terdapat heterokedastisitas.

Hasil perhitungan dari masing-masing variabel menunjukkan nilai $\text{sig} > \alpha$ ($\alpha = 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari gejala heterokedastisitas dan layak digunakan analisis regresi berganda.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah dalam sebuah model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode *t* dengan kesalahan pengganggu pada periode *t-1* pada data yang tersusun dalam rangkaian waktu (*time series*). Pengujian autokorelasi dilakukan dengan metode Durbin-Watson. Apabila nilai Durbin-Watson yang dihasilkan berada dalam rentang -2 sampai 2 maka dinyatakan pengujian autokorelasi. nilai uji Durbin-Watson adalah 1.370 yang berada dalam rentang -2 sampai 2. Hal ini menunjukkan bahwa pada model regresi tidak terdapat autokorelasi.

B. Teknik Analisis Data

1. Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji apakah secara serentak atau bersama-sama variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara baik atau untuk menguji apakah model yang digunakan *fix* atau tidak.

Dari hasil pengolahan data, dapat dilihat bahwa F_{hitung} yaitu 18.113 dengan signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$ karena nilai signifikansi kecil dari 0,05 maka model regresi yang digunakan sudah fix, sehingga dapat digunakan untuk memprediksi variabel-variabel penelitian. Jadi *financial leverage*, dan *size* perusahaan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari *adjusted R square*-nya. Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Hasil pengujian menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,265. Hal ini berarti 26,5% nilai variabel dependen yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh kedua variabel independen yaitu *financial leverage* dan *size* perusahaan, sedangkan 73,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

3. Persamaan Regresi Berganda

Dari pengolahan data statistik maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = -13,286 - 1,716X_1 + 3,248LnX_2$$

Keterangan:

Y = pengungkapan tanggung jawab sosial

X₁ = *financial leverage*

Ln_X₂ = *size* perusahaan

a. Konstanta (α)

Nilai konstanta yang diperoleh sebesar -13,286. Hal ini berarti bahwa jika variabel independen (*financial leverage*, dan *size* perusahaan) tidak ada atau bernilai nol, maka besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial yang terjadi adalah sebesar -13,286

b. Koefisien Regresi (β) X₁

Nilai koefisien regresi variabel *financial leverage* sebesar -1,716. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satuan *financial leverage* akan mengakibatkan penurunan pengungkapan tanggung jawab sosial sebesar 1,716.

c. Koefisien Regresi (β) X₂

Nilai koefisien regresi variabel *size* perusahaan sebesar 3,248. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satuan *size* perusahaan akan mengakibatkan peningkatan pengungkapan tanggung jawab sosial sebesar 3,248.

d. Uji Hipotesis (t-test)

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Patokan yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai signifikansi yang dihasilkan dengan alpha (α) 0,05 atau membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} , setelah itu melihat nilai β untuk melihat arah hipotesis. Nilai t_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat bebas (db) = $n-k-1 = 96 - 3 - 1 = 92$ adalah 1,985.

Berdasarkan hasil olahan data statistik, maka dapat dilihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut:

1. *Financial leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

Dari olahan data dapat diketahui bahwa variabel *financial leverage* memiliki nilai signifikansi 0,036 lebih kecil dari alpha 0,05. Nilai $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ yaitu $-2,131 < -1,985$, serta β negatif yaitu -1,716. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *financial leverage* (X_1) tidak berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (Y). Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada kecenderungan yang timbul apabila rasio *financial leverage* meningkat atau menurun terhadap pengungkapan tanggung

jawab sosial. Dengan demikian **hipotesis pertama (H_1) ditolak.**

2. *Size* perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

Dari olahan data dapat diketahui bahwa variabel *size* perusahaan memiliki nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari alpha 0,05 atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,136 > 1,985$ serta nilai β positif yaitu 3,248. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *size* perusahaan (X_2) berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (Y). Ini berarti semakin besar *size* perusahaan maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial laporan keuangan tahunan. Dengan demikian **hipotesis kedua (H_2) diterima.**

PEMBAHASAN

1. Pengaruh *financial leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Berdasarkan hasil analisis statistik dalam penelitian ini ditemukan bahwa hipotesis pertama (H_1) ditolak. Dari hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa *financial leverage* tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada kecenderungan yang timbul apabila rasio *financial leverage* meningkat atau menurun terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Yusrina (2010) dimana kesimpulan hasil penelitian mereka menyatakan bahwa secara parsial *financial leverage* tidak berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Alasan ditolaknya hipotesis pertama (H_1) adalah *financial leverage* yang tinggi akan membuat keadaan keuangan perusahaan menjadi buruk, karena semakin tinggi tingkat *leverage*,

kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak hutang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi untuk mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian hutang (Scott, 1997 dalam Yusrina, 2010).

Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat *leverage*, semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi (Belkaoui dan Karpik, 1989 dalam Yusrina, 2010). Supaya laba yang dilaporkan menjadi tinggi, maka manajer harus mengurangi biaya-biaya, seperti mengurangi biaya untuk mengungkapkan informasi sosial.

2. Pengaruh *size* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Berdasarkan hasil analisis statistik dalam penelitian ini ditemukan bahwa hipotesis kedua (H_2) diterima. Dari hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa *size* berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan jumlah yang diperlihatkan dalam data mentah dari perusahaan sampel. Hal ini dapat dilihat dengan membandingkan data *size* perusahaan (total aktiva) dengan data indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Utami (2007), dimana kesimpulan hasil penelitian mereka menyatakan bahwa secara parsial *size* perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006), dimana kesimpulan hasil penelitiannya

menyatakan bahwa secara parsial ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *financial leverage* dan *size* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disajikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulannya sebagai berikut:

1. *financial leverage* tidak berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

2. *Size* perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hal ini berarti semakin besar *size* perusahaan maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tersebut.

B. Keterbatasan

Meskipun peneliti telah berusaha merancang dan mengembangkan penelitian sedemikian rupa, namun masih terdapat keterbatasan dalam penelitian yang masih perlu direvisi pada penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan dua variabel independen (*financial leverage* dan *size* perusahaan), yang dilakukan selama empat tahun (2007-2010). Dengan adanya keterbatasan rentang waktu tersebut, maka penelitian ini kurang dapat digeneralisasi dengan baik.
2. Jumlah sampel yang relatif terbatas, hanya 25 perusahaan dengan periode penelitian 4 tahun dikarenakan kesulitan dalam memperoleh data laporan tahunan secara lengkap.

3. Instrumen penelitian pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang hanya dinilai dengan *checklist*, tidak memberikan kerincian informasi atas kualitas ungkapan yang disajikan masing-masing perusahaan.

C. Saran

Dari pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka penulis memberikan saran, sebagai berikut:

1. Bagi manajemen perusahaan
Manajemen harus lebih memperhatikan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang akan disampaikan melalui laporan keuangan tahunan (harus lebih memperluas lagi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dapat mempengaruhi keputusan investor) yang bisa membantu investor untuk lebih mengetahui, menilai dan mempercayai perusahaan, sehingga para investor tertarik untuk melakukan investasi dipasar modal.
2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Diharapkan dapat menambah jumlah sampel dan memperpanjang periode penelitian agar dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya dan melihat pengaruh *financial leverage* dan *size* perusahaan yang lebih besar terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian penelitian selanjutnya dapat menambah atau menggunakan variabel-variabel lain seperti *profile*, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan umur perusahaan.
 - b. Sebaiknya skala pengukur pengungkapan tanggung jawab sosial mempertimbangkan kualitas pengungkapan, misalnya dengan menggunakan indeks pengungkapan CSR dengan bobot angka, seperti skala *linkert* sehingga dapat memberikan *rangking* kualitas atas

pengungkapan tanggung jawab sosial yang disajikan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Almilia, Luciana Spica. 2008. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sukarela pada *Internet Financial and Sustainability Reporting*". *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia Vol. 12No.2 Desember 2008*.
- Amalia, Dessy. 2005. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan SukaRela (*Voluntary Disclosure*) Pada Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan". *Jurnal Akuntansi dan Pemerintahan. Vol 1, No.2, November 2005*.
- Anggraini, Fr. Reni Retno, 2006. "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)". *Simposium Nasional Akuntansi 9*.
- Belkaoui, Ahmed Riahi, 2000. *Accounting theory, 4th Edition*. Thomson Learning. United States of America.
- Chairiri, Anis, 2008. Kritik Sosial Atas Pemakaian Teori dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan, *Jurnal Maksi Vol 8, 2 Agustus 2008, 151-169*.
- Darwin, Ali. 2006. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: EBAR.
- Ghozali, Imam dan Anis Chariri. 2007. *Teori Akuntansi Edisi 4*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS Cetakan IV*. Semarang; Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2007. *Teori Akuntansi Edisi Revisi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hendriksen, S eldon & Michael F. Van Breda. 2002. *Accounting theory* terjemahan Hermawan Wibowo. Batam: Interaksa.
- Idris. 2006. Aplikasi SPSS dalam analisis data kuantitatif. Padang: FE. Universitas Negeri Padang.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFPE.
- Ikatan Akuntan Indonesia, 2009. *Standar Akuntansi Keuangan*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Junaidi, Muhammmad. 2011. "Pengaruh likuiditas, leverage, dan profitabilitas terhadap tingkat pengungkapan sukarela laporan keuangan tahunan", (*Skripsi*). Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Padang.
- Machfoed, Mas'ud & Liauw Jin. 1998. Faktor-faktor yang mempengaruhi praktek perataan laba pada perusahaan yang terdaftar di BEJ. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia. Vol 1, No 2, hal. 174-191*.
- Murtanto. 2006. "Menciptakan Nilai Tambah Melalui *Corporate Social Responsibility*". Jakarta: Media Akuntansi Edisi 53.
- Nurkhin, Ahmad. 2009. "*Corporate Governance* dan Profitabilitas; Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia)". Tesis. Semarang: FE UNDIP.
- Purnasiwi, Jayanti. 2011. "Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI". (*Skripsi*). Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro.

- Riduwan, 2006. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Sartono, Agus. 2001. *Manajemen Keuangan Teori dan aplikasi*. Yogyakarta: BPFY-yogyakarta.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. “Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar di BEI”. Simposium Nasional Akuntansi 8 Solo.
- Sudarmadji, Ardi Murdoko dan Lana Sularto. 2007. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Tipe Kepemilikan, Terhadap Luas *Voluntary Disclosure* Laporan Keuangan Tahunan”. *Proceeding PESAT vol. 2*
- Supranto, J. 2001. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Erlangga. Jakarta.
- Surya, Indra dan Ivan Yustiavandana. 2006. *Penerapan Good Corporate Governance Mengesampingkan Hak-hak Istimewa Demi Kelangsungan Usaha*. Jakarta : kencana.
- Suwardjono. 2005. *Teori Akuntansi dan Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.
- Tuasikal A. 2001. “Penggunaan Informasi Akuntansi Untuk Memprediksi Return Saham: Studi Empiris Perusahaan Manufaktur dan Non Manufaktur”. Simposium Nasional Akuntansi IV. Bandung Agustus: 762-786.
- Utami, Indah Dewi. 2007. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing, dan Umur Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan *Property* Dan *Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia” (*Skripsi*). Fakultas Ekonomi: Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.*
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.*
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: *Fascho Publishing*.
- www.idx.co.id
- www.vibizmanagement.com