

**PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, *LEVERAGE*,
PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP PENGUNGKAPAN INFORMASI
PERTANGGUNGJAWABAN
SOSIAL PERUSAHAAN**
*(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun
2010-2013)*

ARTIKEL

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*



**OLEH :
DIYONG MURDI JANRA**

**NIM :
2010/18877**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2015**

**PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, *LEVERAGE*,
PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN INFORMASI PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL
PERUSAHAAN**

(Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2010-2013)

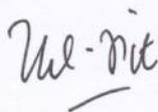
Oleh:

DIYONG MURDI JANRA
18877/2010

Artikel ini disusun berdasarkan skripsi/tesis untuk persyaratan wisuda periode
Maret 2015 dan telah diperiksa/disetujui oleh kedua pembimbing.

Padang, Februari 2015

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Salma Tagwa, SE, M.Si, Ak
NIP. 19730723 200604 2 001

PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, *LEVERAGE*, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN INFORMASI PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL PERUSAHAAN

(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2013)

Diyong Murdi Janra

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus Air Tawar Padang
E-mail :Diyongmj@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh kepemilikan manajerial, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan dalam penelitian ini dilihat dengan menggunakan indikator GGRI. Kepemilikan manajerial diukur dengan persentase perbandingan antara kepemilikan manajer dalam perusahaan dengan jumlah saham yang beredar, *leverage* diukur dengan *debt to equity ratio*, profitabilitas diukur dengan *return on asset*, dan ukuran perusahaan diukur dengan total aktiva disajikan dalam bentuk logaritma.

Jenis penelitian ini digolongkan pada penelitian yang bersifat kausatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 4 tahun yakni dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2013. Sedangkan sampel penelitian ditentukan dengan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh 30 perusahaan sampel. Jenis data yang digunakan berupa data sekunder berupa data panel yang diperoleh dari www.idx.co.id. Teknik pengumpulan data adalah dengan teknik dokumentasi. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan, (2) *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan, (3) profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan, dan (4) ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan .

Kata Kunci : Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial, Kepemilikan Manajerial, *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan

ABSTRACT

This research aims to provide empirical evidence about the effects of the managerial ownership, leverage, profitability, and size to corporate responsibility social disclosure on manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Corporate Social Responsibility Disclosure in this research viewed using GGRI Indicators. Managerial ownership measured by the percentage of ownership comparison between managers within the company by the number of shares outstanding, leverage measured by debt-to-equity ratio, profitability measured by return on assets, and company size was measured with total assets presented in the form of logarithms

This research is classified into causative research. The population are all the manufacturing companies listed on the Indonesia stock exchange for four years from 2010 to 2013. While the research sample is determined by purposive sampling method. Hence 30 companies is selected as the sample. Secondary data is used in this research. It is formed panel data obtained from the www.idx.co.id. The documentation technique is used in collecting the data. Meanwhile, panel data regression analysis is used in analyzing the data.

The results of this research are (1) Managerial ownership has no effect significant influence of corporate social responsibility information disclosure, (2) Leverage has no effect significant influence of corporate social responsibility information disclosure, (3) Profitability significant influence of corporate social responsibility information disclosure, (4) Size significant influence of corporate social responsibility information disclosure.

Keywords: Corporate sosial responsibility disclosure, managerial ownership, leverage, profitability, size

1. PENDAHULUAN

Salah satu standar yang diatur dalam standar akuntansi adalah penyajian atau pengungkapan. Soewardjono (2005) menyatakan bahwa kata pengungkapan secara umum memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi berupa penyajian dalam bentuk seperangkat penuh statemen keuangan.

Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan muncul karena adanya tuntutan dari masyarakat dan para pengguna laporan keuangan terhadap dampak kegiatan bisnis perusahaan. Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*) semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya.

Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi. *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu konsep akuntansi yang dapat

membawa perusahaan agar melaksanakan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat. Permasalahan lingkungan adalah faktor penting yang harus dipikirkan karena pengelolaan lingkungan yang buruk juga terkait dengan berbagai bencana yang terjadi akhir-akhir ini.

Seiring meningkatnya masalah sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan, akibat dari lemahnya penegakan peraturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan dan masih bersifat suka rela dalam pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan, maka pada tahun 2007 pemerintah mengambil tindakan dengan mengesahkan Undang-Undang RI No.40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT). Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 Pasal 1 ayat 3 menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan yang bermanfaat, baik perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Beberapa penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak dilakukan, baik di dalam maupun di luar negeri. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Krapik (1989); Hackston dan Milne (1996); Sembiring (2005); Anggraeni (2006) dan Wijaya (2012) yang meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Diantara faktor-faktor yang menjadi variabel dalam penelitian-penelitian

tersebut adalah kepemilikan manajerial, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan.

Kepemilikan manajerial adalah para pemegang saham yang juga berarti dalam hal ini sebagai pemilik dalam perusahaan dari pihak manajemen yang secara aktif dalam pengambilan keputusan dalam suatu perusahaan yang bersangkutan (Downes dan Goodman, 1999, dalam Wijaya dan Budianto, 2012). Konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil (Jensen dan Meckling, 1976). Dalam hal ini manajer akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan.

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. *Leverage* mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan. Semakin tinggi *leverage*, maka keputusan untuk mengungkapkan CSR menjadi semakin berkurang. Hal ini dikarenakan keputusan untuk mengungkapkan CSR dapat membuat suatu pengeluaran yang akan menurunkan pendapatan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang merupakan hasil bersih dari kebijakan-kebijakan manajemen, baik dalam mengelola likuiditas, aset ataupun utang perusahaan (Brigham, 1999, dalam Wijaya, 2010).

Profitabilitas perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang digunakan untuk menghasilkan laba

tersebut, dengan kata lain profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah akan lebih berfokus terhadap perbaikan kinerja ekonomi mereka dan memberikan perhatian yang rendah terhadap lingkungan (Elijido-Ten, 2004 dalam Arthana, 2013).

Ukuran perusahaan merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan. Ukuran perusahaan juga dapat diprediksi mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan. Perusahaan besar pada umumnya memiliki jumlah aset yang besar, penjualan yang besar, *skill* karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih, jenis produk yang banyak, sehingga memungkinkan tingkat pengungkapan yang lebih luas.

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). Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Sementara Anggraini (2006) tidak menemukan hubungan antara keduanya.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi**

Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2013)”.

2. TELAAH LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Purnasiwi, 2011).

B. Teori Legitimasi

Teori legitimasi menjelaskan tentang pengakuan masyarakat. Perusahaan membutuhkan pengakuan masyarakat dengan cara mengungkapkan CSR agar perusahaannya dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Diterimanya suatu perusahaan oleh masyarakat, merupakan suatu bentuk legalitas bagi perusahaan. Pengungkapan CSR oleh perusahaan memberikan image positif dimata para *stakeholder*, sehingga dapat menunjang keberlangsungan hidup perusahaan tersebut.

C. Teori Keagenan (Agency Theory)

Pandangan *agency theory* melihat penyebab munculnya potensi konflik yang mempengaruhi kualitas informasi laporan keuangan karena adanya pemisahan antara pihak *principal* dan *agent*. Jensen dan

Meckling (1976) menyatakan bahwa hubungan keagenan adalah sebuah kontrak antara manajemen (*agent*) dengan investor (*principal*).

D. Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (CSR)

1. Pengertian CSR

CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan suatu komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan yang dapat bekerja sama dengan karyawan dan perwakilan mereka, masyarakat sekitar dan masyarakat yang lebih luas untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan cara yang baik bagi bisnis maupun pengembangan.

CSR bagian yang penting dalam strategi perusahaan dalam berbagai sektor dimana terjadi ketidak konsitenan antara keuntungan perusahaan dan tujuan sosial, atau perselisihan yang dapat terjadi karena isu-isu tentang kewajaran yang berlebihan (Heal, 2004 dalam Tamba, 2011).

2. Pengungkapan CSR

Kata pengungkapan secara umum memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi berupa penyajian dalam bentuk seperangkat penuh statemen keuangan (Soewardjono, 2005). Pengungkapan (*disclosure*) berarti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan informasi.

Pengungkapan CSR di Indonesia telah diatur pelaksanaannya dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 (revisi

2007) paragraph 9 yang secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah sosial. Pengungkapan CSR dapat dilihat melalui laporan keberlanjutan suatu perusahaan (sustainability report) yang diterbitkan melalui laporan keuangan tahunan atau secara terpisah diterbitkan tersendiri dalam laporan keberlanjutan suatu perusahaan. Laporan keberlanjutan adalah suatu laporan praktek hasil pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi yang ditujukan kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Sebuah laporan keberlanjutan harus menyediakan gambaran kinerja keberlanjutan sebuah organisasi yang berimbang dan masuk akal, termasuk kontribusi yang telah dilakukan oleh perusahaan (Purnasiwi, 2011).

3. Manfaat Melaksanakan dan Kerugian Tidak Melaksanakan CSR

Menurut Untung (2008), manfaat CSR bagi perusahaan antara lain:

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- c. Mereduksi risiko bisnis perusahaan
- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan .
- e. Membuka Peluang Besar
- f. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah
- g. Memperbaiki hubungan dengan regulator

h. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.

i. Peluang mendapatkan penghargaan.

Menurut WBCSD dalam Adawiyah (2013) tidak melaksanakan CSR dapat berakibat terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan terjadi dalam kegiatan usaha, diantaranya:

- a. Boikot konsumen
- b. Serangan terhadap aset tetap seperti tanah perkebunan dan bangunan
- c. Kegagalan untuk menarik karyawan yang berkualitas dan kehilangan dukungan dari karyawan
- d. Pengeluaran ekstra untuk memperbaiki kesalahan dimasa lalu
- e. Kesulitan dengan siklus hidup perusahaan (konsumen akhir dan pemasok).

Jika hubungan antara masyarakat dan perusahaan tidak baik bisa dipastikan akan ada masalah sehingga dapat menghambat jalannya operasi perusahaan. Dalam persaingan pasar yang kian kompetitif, CSR bisa memberikan citra perusahaan yang khas, baik, dan etis di mata publik yang pada gilirannya menciptakan *customer loyalty*.

E. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Pihak tersebut adalah mereka yang duduk di dewan komisaris dan dewan direksi perusahaan. Adanya kepemilikan saham oleh pihak manajemen akan menimbulkan suatu pengawasan terhadap kebijakan - kebijakan yang diambil oleh manajemen

perusahaan. Kepemilikan manajerial juga dapat diartikan sebagai persentase saham yang dimiliki oleh manajer dan direktur perusahaan pada akhir tahun untuk masing - masing periode pengamatan.

F.Leverage

Leverage mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan, rasio ini berhubungan dengan keputusan pendanaan dimana perusahaan lebih memilih pembiayaan hutang dibandingkan modal sendiri. Rasio ini juga menunjukkan seberapa besar perusahaan dibiayai oleh pihak luar atau kreditor. 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.

G.Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Selain itu keuntungan (profitabilitas) sangat penting bagi perusahaan bukan saja untuk terus mempertahankan pertumbuhan bisnisnya namun juga memperkuat kondisi keuangan perusahaan.

H.Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aktiva,

total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Semakin besar nilai item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat.

I.Evaluasi Penelitian Terdahulu

1. Edi Rismanda Sembiring (2005), memeliti mengenai karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggungjawab sosial. Dalam penelitian ini *Size* perusahaan, *profile* dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sedangkan *leverage*, dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

2. Fr. Reni. Retno Anggraini (2006), memeliti mengenai Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. Dalam penelitian ini Kepemilikan manajemen dan tipe industri yang berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Informasi Sosial. Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan Leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

3. Maria Wijaya (2010), memeliti mengenai Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dalam penelitian ini,

Ukuran dewan komisaris dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Probabilitas dan kinerja lingkungan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

4. Rita Anugerah, Roland Hutabarat, dan W. Faradilla (2010), meneliti mengenai Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang *Listing* di BEI. Dalam penelitian ini, Ukuran Perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan *Leverage* berpengaruh negatif tapi tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

5. Rizkia Anggita Sari (2012), meneliti mengenai Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Responsibility Sosial Disclosure* Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dalam penelitian ini, *profile* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. variabel *size* dan profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. *leverage* tidak mempengaruhi *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

J. Pengembangan Hipotesis

1. Hubungan kepemilikan manajerial dengan pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan

Berdasarkan teori keagenan, hubungan antara manajemen dengan pemegang saham, rawan terjadinya masalah keagenan. Teori keagenan menyatakan bahwa salah satu cara untuk memperkecil adanya konflik agensi dalam perusahaan adalah dengan memaksimalkan jumlah kepemilikan manajerial. Dengan menambah jumlah kepemilikan manajerial, maka manajemen akan merasakan dampak langsung atas setiap keputusan yang mereka ambil karena mereka menjadi pemilik perusahaan (Jensen dan Meckling, 1976).

Semakin besar proporsi kepemilikan manajemen pada perusahaan, maka manajemen cenderung berusaha lebih giat untuk kepentingan pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri (Ross, et al., 2002 dalam Tamba, 2013). Hal ini dikarenakan manajemen sendiri yang menetapkan keputusan, mengambil keputusan serta merasakan dampak langsung dari hasil keputusan yang mereka ambil. Dalam hal ini manajer akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan. Sebaliknya semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah.

Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan image perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut.

2.Hubungan Leverage dengan pengungkapan informasi pertanggung jawaban sosial perusahaan

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai asset perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage* besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha melaporkan laba yang lebih tinggi dengan cara mengurangi biaya-biaya termasuk biaya pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan.

Leverage memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang (Fahrizqi, 2010), maka keputusan untuk mengungkapkan CSR menjadi semakin berkurang. Hal ini dikarenakan keputusan untuk mengungkapkan CSR dapat membuat suatu pengeluaran yang akan menurunkan pendapatan. Selain itu manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan membuat perusahaan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosialnya agar tidak menjadi sorotan *debtholders*. Menurut Belkaoui dan Karpik (1989), dalam Sembiring (2005), keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran

untuk pengungkapan yang dapat 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.

3.Hubungan profitabilitas Dengan Pengungkapan informasi pertanggung jawaban sosial perusahaan

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan CSR kepada pemegang saham (Gray, et al., 1995 dalam Sembiring, 2005), sehingga dapat dijelaskan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan. Jika profitabilitas tinggi, maka akan memberikan kesempatan yang lebih luas kepada manajemen dalam mengungkapkan dan melakukan program tanggung jawab sosialnya. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosialnya (Zaleha, 2005 dalam Purnasiwi, 2011). Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan dapat mempengaruhi besar atau tidaknya luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

4. Hubungan ukuran perusahaan dengan pengungkapan informasi pertanggung jawaban sosial perusahaan

Ukuran perusahaan (*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 (Sembiring, 2005).

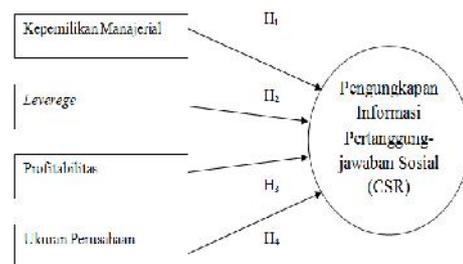
Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Alasan lain adalah perusahaan besar dan memiliki biaya keagenan yang lebih besar tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas hal ini dilakukan 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 Purnasiwi, 2011).

Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan

menghadapi risiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggung jawaban sosial (Fahrizqi, 2010). Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat. Selain itu, pada umumnya perusahaan besar memiliki beragam produk dan beroperasi di berbagai wilayah, termasuk luar negeri sehingga perusahaan besar lebih banyak melakukan pengungkapan dibandingkan perusahaan kecil (Prasojo, 2011 dalam Putri, 2013).

K. Kerangka Konseptual

Berdasarkan berbagai pembahasan diatas, maka variabel dalam penelitian di gambarkan pada model kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Konseptual

L. Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual di atas maka penulis mengangkat hipotesis sebagai berikut:

H₁ :Kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan

informasi pertanggungjawaban sosial.

H₂ :Leverage berpengaruh signifikan negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

H₃ :Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

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

3. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kausatif. Menurut Fredy (1997), penelitian kausatif adalah penelitian yang bertujuan untuk melihat hubungan atau keterkaitan antara satu variabel dengan variabel lain

B. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah perusahaan manufaktur terdaftar di BEI dari tahun 2009 sampai tahun 2012.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan elemen yang memenuhi syarat-syarat tertentu, berkaitan dengan masalah yang diteliti, dan dijadikan objek dalam penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dari tahun 2010 hingga 2013. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 140 perusahaan.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian atau unit dari populasi. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel sesuai dengan kriteria tertentu. Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria-kriteria tertentu (*purposive sampling*), yaitu:

1. Perusahaan yang selama periode penelitian (4 tahun berurut-turut) terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia.

2. Menerbitkan annual report konsisten setiap tahunnya serta memiliki data keuangan lengkap terutama tentang variabel yang diteliti.

3. Perusahaan yang menyajikan laporan tahunan dalam mata uang rupiah.

Berdasarkan pada **Tabel 1. Kriteria Pemilihan Sampel (lampiran)**, maka perusahaan yang memenuhi kriteria dan dijadikan sampel dalam penelitian ini berjumlah 30 perusahaan dari 140 populasi selama 4 tahun sehingga menghasilkan 120 observasi yang ditunjukkan dalam **Tabel 2. Daftar Perusahaan Sampel (lampiran)**.

D. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dokumenter dan sumber datanya adalah data sekunder. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari eksternal yang umumnya disusun

oleh suatu entitas selain peneliti dari organisasi yang bersangkutan. Data sekunder dalam penelitian ini berupa laporan tahunan dari perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2013.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan terutama dengan cara studi dokumentasi, yaitu merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data berupa laporan tahunan yang telah dipublikasikan oleh perusahaan sampel di website BEI (www.idx.co.id), website perusahaan, dan Pojok BEI UNP.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menelusuri laporan tahunan perusahaan yang terpilih menjadi sampel. Sebagai panduan, digunakan instrumen penelitian berupa *check list* atau daftar pertanyaan-pertanyaan yang berisi item-item pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

F. Variabel Penelitian

a) Variabel Dependen (Y)

Menurut Kuncoro (2003) variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan. Pengamatan akan mendeteksi ataupun menerangkan variabel dalam variabel terikat beserta perubahannya yang terjadi kemudian. Variabel terikat model satu dalam penelitian ini adalah pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

b) Variabel Independen (X)

Menurut Kuncoro (2003:42) variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam

variabel terikat dan mempunyai pengaruh positif atau negatif bagi variabel terikat lainnya. Variabel bebas dari penelitian ini adalah kepemilikan manajerial, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan.

G. Pengukuran Variabel

1. Pengungkapan CSR

Tingkat pengungkapan CSR dalam *annual report* yang dinyatakan dalam *corporate social disclosure (CSD)*. Pengukuran CSD menggunakan content analysis, yaitu sebuah metode pengkodekifiasian sebuah teks (isi) dari sebagian tulisan ke dalam berbagai kelompok atau kategori berdasarkan kriteria tertentu. Metode ini telah diadopsi secara luas dalam penelitian-penelitian terdahulu mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Setiap item CSR yang diungkapkan akan diberi nilai 1, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Variabel ini diukur dengan penjumlahan item yang diungkapkan dibagi dengan total item sebagaimana dianjurkan dalam *Global Reporting Inisiatives (GRI)* yang digambarkan dengan rumus sebagai berikut:

$$CSDi = \sum \frac{Xi}{ni}$$

Keterangan :

CSDi = *Corporate Social Disclosures Index* perusahaan i

Xi = Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan i

Ni = Total item, ni = 79

2. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah jumlah kepemilikan saham oleh pihak manajemen dari seluruh modal saham perusahaan yang dikelola. Konsisten dengan penelitian yang

dilakukan oleh Tamba (2011), kepemilikan manajerial diukur dengan menggunakan perbandingan antara jumlah kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak manajer dengan jumlah saham yang beredar. Rumus dapat digambarkan sebagai berikut :

$$\text{Kepemilikan Manajerial} = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham oleh pihak manajemen}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

3. Leverage

Dalam penelitian ini penghitungan leverage menggunakan *deb to equity ratio* (DER) atau rasio hutang terhadap modal. Rasio ini membandingkan antara total hutang dengan total modal. Rumus yang digunakan untuk menghitung leverage menurut Kasmir (2012) adalah sebagai berikut

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

4. Profitabilitas

Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Return On Asset* (ROA). ROA adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan aktiva untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total. Dalam penelitian ini merujuk pada Fahrizqi (2010) yang mengukur profitabilitas

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total aktiva}}$$

5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besarnya kecilnya perusahaan dilihat dari berbagai aspek. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur ukuran suatu perusahaan adalah total aktiva dan disajikan dalam bentuk

logaritma, karena nilainya lebih besar dibandingkan variabel yang lain. Metode pengukuran ini berdasarkan pengukuran yang telah dilakukan oleh penelitian sebelumnya yaitu, Fahrizqi (2010) dengan rumus :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \log \text{Total Aktiva perusahaan}$$

H. Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian merupakan bagian dari proses pengujian data setelah tahap pemilihan dan pengumpulan data penelitian. Adapun tahap-tahap dalam melakukan analisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Analisis ini bertujuan untuk menggambarkan apa yang ditemukan pada hasil penelitian dan memberikan informasi sesuai dengan yang diperoleh di lapangan. Teknik deskriptif yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah untuk menginterpretasikan nilai rata-rata, nilai maksimum, dan nilai minimum dari masing-masing variabel penelitian.

2. Analisis Induktif

a. Model Regresi Data Panel

Data panel adalah gabungan antara data runtut waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*). Menurut Widarjono (2007) ada beberapa keuntungan yang diperoleh dengan menggunakan data panel. Pertama, data panel merupakan gabungan data data *time series* dan *cross section* mampu menyediakan data yang lebih banyak sehingga akan menghasilkan *degree of freedom* yang lebih besar. Kedua, menggabungkan informasi dari data

time series dan *cross section* dapat mengatasi masalah yang timbul ketika ada masalah penghilangan variabel (*omitted-variable*).

Dalam penelitian ini, variabel nilai perusahaan menggunakan alat ukur yang akan mewakili variabel penelitian yaitu metode estimasi model regresi panel. Dalam metode estimasi model regresi dengan menggunakan data panel dapat dilakukan melalui tiga pendekatan, antara lain:

1) *Common Effect Model* (CEM)

Merupakan pendekatan model data panel yang paling sederhana karena hanya mengkombinasikan data *time series* dan *cross section*. Pada model ini tidak diperhatikan dimensi waktu maupun individu, sehingga diasumsikan bahwa perilaku data perusahaan sama dalam berbagai kurun waktu. Metode ini bisa menggunakan pendekatan *Ordinary Least Square* (OLS) atau teknik kuadrat terkecil untuk mengestimasi model data panel.

2) *Fixed Effect Model* (FEM)

Model ini mengasumsikan bahwa perbedaan antar individu dapat diakomodasi dari perbedaan intersepnya. Untuk mengestimasi data panel model *Fixed Effects* menggunakan teknik *variable dummy* untuk menangkap perbedaan intersep antar perusahaan. Model estimasi ini sering juga disebut dengan teknik *Least Squares Dummy Variable* (LSDV).

3) *Random Effect Model* (REM)

Model ini akan mengestimasi data panel dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Pada model *Random Effect* perbedaan intersep diakomodasi oleh *error*

terms masing-masing perusahaan. Keuntungan menggunakan model *Random Effect* yakni menghilangkan heteroskedastisitas. Model ini juga disebut dengan *Error Component Model* (ECM) atau teknik *Generalized Least Square* (GLS).

b. Pemilihan Model

Untuk memilih model yang paling tepat digunakan dalam mengelola data panel, terdapat beberapa pengujian yang dapat dilakukan yakni:

1) *Chow test* atau *Likelihood test*

Uji ini digunakan untuk pemilihan antara model *fixed effect* dan *common effect*. Dasar penolakan H_0 adalah dengan menggunakan pertimbangan Statistik *Chi-Square*, jika probabilitas dari hasil uji *Chow-test* lebih besar dari nilai kritisnya maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0 : *Common Effect Model* atau pooled OLS

H_a : *Fixed Effect Model*

2) *Hausman test*

Hausman test atau uji hausman adalah pengujian statistik untuk memilih apakah model *fixed effect* atau *random effect* yang paling tepat digunakan. Setelah selesai melakukan uji *Chow* dan didapatkan model yang tepat adalah *fixed effect*, maka selanjutnya kita akan menguji model manakah antara model *fixed effect* atau *random effect* yang paling tepat, pengujian ini disebut sebagai uji Hausman. Uji Hausman dapat didefinisikan sebagai pengujian statistik untuk

memilih apakah model *fixed effect* atau *random effect* yang paling tepat digunakan. Pengujian uji Hausman dilakukan dengan hipotesis berikut:

Statistik Uji Hausman ini mengikuti distribusi *statistic Chi Square* dengan *degree of freedom* sebanyak k , dimana k adalah jumlah variabel independen. Jika nilai statistik Hausman lebih besar dari nilai kritisnya maka H_0 ditolak dan model yang tepat adalah model *fixed effect* sedangkan sebaliknya bila nilai statistik Hausman lebih kecil dari nilai kritisnya maka model yang tepat adalah model *random effect*.

H_0 : *Random Effect Model*

H_a : *Fixed Effect Model*

Jika model *common effect* atau *fixed effect* yang digunakan, maka langkah selanjutnya yaitu melakukan uji asumsi klasik. Namun apabila model yang digunakan jatuh pada *random effect*, maka tidak perlu dilakukan uji asumsi klasik. Hal ini disebabkan oleh variabel gangguan dalam model *random effect* tidak berkorelasi dari perusahaan berbeda maupun perusahaan yang sama dalam periode yang berbeda, varian variabel gangguan homoskedastisitas serta nilai harapan variabel gangguan nol.

c. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik yang berguna untuk mengetahui apakah

data yang digunakan telah memenuhi ketentuan dalam model regresi. Pengujian ini meliputi:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model suatu regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

H_0 : Data residual terdistribusi normal.

H_a : Data residual tidak terdistribusi normal.

Apabila nilai signifikansi uji K-S bernilai signifikan ($<0,05$) maka H_0 ditolak yang berarti data residual tidak terdistribusi secara normal. Akan tetapi, jika nilai signifikansi uji K-S bernilai tidak signifikan atau lebih dari 5% ($>0,05$) maka H_0 diterima yang berarti data residual terdistribusi secara normal.

2) Uji Multikolinearitas

Menurut Kuncoro (2011) multikolinearitas adalah adanya suatu hubungan linear yang sempurna (mendekati sempurna) antara beberapa atau semua variabel bebas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi antar variabel independen dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

Multi kolinearitas dilihat dari nilai tolerance dan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen

lainnya. Jadi, nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya Multi Kolinearitas adalah nilai tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 (Ghozali, 2009 dalam Adisusilo, 2011).

Metode untuk menguji adanya multikolinearitas dalam persamaan regresi dilakukan dengan meregresikan model analisis dan melakukan uji korelasi antara independen dengan menggunakan tolerance value atau Varians inflation faktor (VIF). Jika VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinearitas. Selain itu apabila tolerance value $< 0,1$ maka terdapat multi kolinearitas. Apabila terdapat multikolinearitas dalam proses regresi maka untuk mengatasinya ada beberapa cara yaitu :

- a. Melakukan transformasi log (log transformation)
- b. Melakukan transformasi variabel dalam bentuk first difference
- c. Melakukan satu atau lebih variabel bebas yang mempunyai korelasi yang tinggi dari model regresi.

3) Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi linier ada autokorelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

Ada beberapa cara yang dipergunakan untuk mendeteksi autokorelasi, salah satunya adalah

dengan uji Durbin Watson (D-W test). Uji Durbin Watson banyak dipergunakan untuk autokorelasi tingkat satu (first order autocorrelation) dan mensyaratkan adanya intersep dalam model regresi dan tidak ada autokorelasi lagi diantara variabel penjelas (Kuncoro, 2011). Pengujian autokorelasi menggunakan model *Durbin - Watson*. Kriteria pengujiannya adalah (Putri, 2013):

- 1) Angka DW di bawah -2 maka terjadi autokorelasi positif.
- 2) Angka DW di antara -2 sampai dengan $+2$ maka tidak ada autokorelasi.
- 3) Angka DW di atas $+2$ maka terjadi autokorelasi.
- 4) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari suatu observasi ke observasi lainnya. Artinya, setiap observasi mempunyai realibilitas yang berbeda akibat perubahan dalam kondisi yang melatar belakangi tidak terangkum dalam spesifikasi model. Gejala heteroskedastisitas lebih sering dijumpai dalam data kerat silang daripada runtut waktu, maupun juga sering muncul dalam analisis yang menggunakan data rata-rata (Kuncoro, 2011).

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan uji Glejser. Hasil uji Glejser didasarkan pada kriteria keputusan sebagai berikut (Ghozali, 2005 dalam Hernita, 2011)

- a. Jika Sig () > 0.05 maka tidak terjadi heterokedastisitas
- b. Jika Sig () < 0.05 maka terjadi heterokedastisitas

d. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir aktual secara statistik hal ini dapat diukur dari koefisien determinasi (R²), uji statistik t, uji statistik f, dan analisis regresi berganda (Kuncoro,2011).

1. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Kuncoro, 2011).

Kelemahan mendasar dalam menggunakan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen maka R² pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Kuncoro, 2011). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan nilai *adjusted R²* untuk mengevaluasi model regresi. Nilai *adjusted R²* mampu naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan dalam model regresi. Seperti halnya

koefisien determinasi (R²), nilai *adjusted R²* juga berkisar antara nol dan satu. Apabila mendekati nilai 1 berarti semakin kuat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya (Ghozali, 2011 dalam Wijayanti, 2013) *Adjusted R²* dihitung dari :

$$\text{Adjusted } R^2 = 1 - (n-1) \left(\frac{S^2}{TSS} \right) = 1 - (1 - R^2) \left(\frac{n-1}{n-k} \right)$$

2. Uji F

Uji F ini dilakukan untuk menguji secara serentak variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau $sig < 0,05$, menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau $sig > 0,05$, menunjukkan bahwa model yang digunakan belum mampu menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan tingkat kepercayaan untuk pengujian hipotesis adalah 95% atau () 0,05.

3. Uji t (Uji Parsial)

Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel penjelasan (independen) secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali,2011 dalam Adawiyah, 2013). Membandingkan antara *p value* dengan tingkat signifikansi 0,05, maka dapat ditentukan apakah Ho ditolak atau diterima (Ho diterima apabila *p value* > 0,05, Ho ditolak apabila *p value* < 0,05). Kriteria signifikansi hipotesis adalah:

- a. . Jika signifikansi > 0,05 maka H0 diterima

b. Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak

4. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda merupakan metode analisis yang tepat ketika penelitian melibatkan satu variabel terikat yang diperkirakan berhubungan dengan satu atau lebih variabel bebas. Tujuan analisis regresi berganda adalah memperkirakan perubahan respons pada variabel terikat terhadap beberapa variabel bebas. Analisis regresi ialah sebuah pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel dependen (Y) dengan satu atau beberapa variabel independen (X).

Hubungan matematis digunakan sebagai suatu model regresi yang digunakan untuk meramalkan atau memprediksi nilai (Y) berdasarkan nilai (X) tertentu. Dengan menggunakan analisis regresi akan diketahui variabel independen yang benar-benar signifikan yang mempengaruhi variabel dependen dan dengan variabel yang signifikan dapat digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen dalam suatu penelitian (Hair, Anderson dan Tatham, 1995 dalam Adawiyah, 2013).

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda (*multiple regression*), yaitu dengan melihat kepemilikan manajerial, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap variabel dependen, yaitu pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Model yang digunakan dalam penelitian ini :

$$Y = + \hat{a}_1 X_1 - \hat{a}_2 X_2 + \hat{a}_3 X_3 + \hat{a}_4 X_4$$

Y = Indeks Pengungkapan
= Konstanta

$\hat{a}_1, \hat{a}_2, \hat{a}_3, \hat{a}_4$ = Koefisien regresi

X_1 = Kepemilikan Manajerial

X_2 = Leverage

X_3 = Profitabilitas Perusahaan

X_4 = Ukuran Perusahaan

4. HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

a. Deskriptif Statistik

Untuk lebih mempermudah dalam melihat gambaran mengenai variabel yang diteliti, variabel tersebut dapat dijelaskan secara statistik seperti yang tergambar pada **Tabel 3. Statistik Deskriptif (lampiran).**

Dari Tabel 3 terlihat bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 perusahaan dari tahun 2010-2013. Variabel terikat yaitu Pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan menunjukkan *mean* (rerata) sebesar 0,18, dengan nilai maksimum 0,97 dan nilai minimum 0,03. Variabel Independen kepemilikan manajerial memiliki *mean* 0,29 dengan nilai maksimum 0,17 dan nilai minimum 0. Variabel *leverage* memiliki *mean* 1,03 dengan nilai maksimum 27,97 dan nilai minimum -30,54. Variabel profitabilitas memiliki *mean* 7,73 dengan nilai maksimum 39,55 dan nilai minimum -16,06. Variabel ukuran perusahaan memiliki *mean* 12,29 dengan nilai maksimum 14,18 dan nilai minimum 10,93.

b. Model Regresi Data Panel

Berdasarkan hasil yang terdapat pada **Tabel 4. Hasil Uji Regresi Data Panel (lampiran)**, $Y = -5,408 + 2,079 X_1 - 0,001 X_2 + 0,021 X_3 + 0,264 X_4$

Hasil yang diperoleh dari pengujian estimasi regresi data panel dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

a) Konstanta ()

Nilai konstanta yang diperoleh sebesar -5,408. Hal ini berarti apabila variabel-variabel independen tidak ada, maka besarnya pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan yang terjadi adalah sebesar -5,048.

b) Koefisien Regresi () Kepemilikan Manajerial

Nilai koefisien regresi variabel kepemilikan manajerial sebesar 2,079. artinya jika variabel Kepemilikan manajerial meningkat sebesar satu satuan maka pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 2,079 dengan anggapan bahwa variabel bebas lainnya tetap.

c) Koefisien Regresi () Leverage

Nilai koefisien regresi variabel *leverage* sebesar -0,001. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan *leverage* akan mengakibatkan penurunan pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan sebesar -0,001.

d) Koefisien Regresi () Profitabilitas

Nilai koefisien regresi variabel profitabilitas sebesar 0,021. Hal ini menunjukkan bahwa setiap

peningkatan satu satuan profitabilitas akan mengakibatkan peningkatan pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan sebesar 0,021.

e) Koefisien Regresi () Ukuran Perusahaan

Nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan (*size*) sebesar 0,264. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan ukuran perusahaan akan mengakibatkan peningkatan pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan sebesar 0,264.

c. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan penjelasan model regresi data panel, model yang menggunakan uji asumsi klasik adalah model 2.B pada Tabel 25 karena model ini menggunakan *common effect model*. Sedangkan model 1 pada Tabel 23 dan model 2.A pada Tabel 24 tidak menggunakan uji asumsi klasik dikarenakan model ini menggunakan *random effect model*.

1. Uji Normalitas

Terdapat dua cara untuk melihat apakah data terdistribusi normal. Pertama, jika nilai Jarque-Bera < 2 , maka data sudah terdistribusi normal. Kedua, jika probabilitas $>$ nilai signifikansi 5%, maka data sudah terdistribusi normal. Secara rinci hasil pengujian normalitas dapat terlihat **Tabel 5. Hasil Uji Normalitas (lampiran)**.

Dari Tabel 5 di atas dapat dilihat bahwa bahwa residual data belum terdistribusi dengan normal dimana nilai Jarque-Bera (1475,45) > 2 dan nilai probabilitas $0,00000 < 0,05$ sehingga dianggap belum layak untuk dilakukan uji regresi berganda

sehingga dianggap belum layak untuk dilakukan uji regresi berganda. Sehingga dilakukan regresi persamaan *semilog* yaitu variabel dependen dalam bentuk *logaritma* dan variabel independen biasa atau sebaliknya (Imam:2012). Hasil yang diperoleh adalah data masih belum berdistribusi normal, terlihat di **Table 6. Hasil Uji Normalitas Setelah Transformasi (lampiran)**. Gujarati (2007) menyatakan bahwa asumsi normalitas mungkin tidak terlalu penting dalam set data yang besar, yaitu jumlah data lebih dari 30. Dalam penelitian ini jumlah observasi 120, dimana 30 perusahaan dikali 4 tahun. Jadi, sesuai dengan pernyataan Gujarati (2007) maka penelitian ini berada diatas set data yang besar karena besar dari 30 data, sehingga asumsi normalitas dalam penelitian ini tidaklah terlalu dipermasalahkan.

2. 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 $-2 - 2$, maka dapat dinyatakan bahwa model yang digunakan terbebas dari gangguan autokorelasi. Pada tabel 4, terlihat nilai Durbin-Watson sebesar 0.407001, maka dapat dinyatakan bahwa model yang digunakan terbebas dari gangguan autokorelasi karena berada diantara nilai $-2-2$

3. Uji Heterokedastisitas

Untuk melihat ada atau tidaknya heterokedastisitas ini digunakan suatu metode yang disebut Uji White. Menurut Wing (2009: 5.12), uji White menggunakan residual kuadrat sebagai variabel dependen, dan variabel independennya terdiri atas variabel independen, kemudian variabel tersebut diregresikan. Kriteria untuk pengujian White adalah:

- Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ varian terdapat heterokedastisitas.
- Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ varian tidak terdapat heterokedastisitas.

Hasil dari pengujian heterokedastisitas dapat dilihat dari **Tabel 7. Hasil Uji Heterokedastisitas (lampiran)** dapat dilihat nilai sig 0.9546 untuk variabel kepemilikan manajerial, 0.6956 untuk variabel *levergae*, 0.4113 untuk profitabilitas dan untuk variabel ukuran perusahaan 0.4610. Maka disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini.

4. Uji Multikolonieritas

Penggunaan korelasi bivariat dapat dilakukan untuk melakukan deteksi terhadap multikolonieritas antar variabel bebas dengan standar toleransi 0,8. Jika korelasi menunjukkan nilai lebih kecil dari 0,8 maka dianggap variabel-variabel tersebut tidak memiliki masalah kolinearitas yang tidak berarti.

Hasil dari pengujian heterokedastisitas dapat dilihat dari **Tabel 8. Hasil Uji Multikolonieritas (lampiran)**, Dari tabel tersebut, terlihat bahwa seluruh variabel bebas memiliki nilai korelasi yang lebih kecil dari 0,8 maka variabel-variabel pada penelitian ini

tidak memiliki masalah kolinearitas yang tidak berarti atau tidak memiliki masalah multikolonialitas.

d. Uji Model

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil estimasi pada Tabel 4, diketahui bahwa nilai *Adjusted R²* yang diperoleh sebesar 0.193286. Hal ini mengindikasikan bahwa kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 19.32%. dan sebesar 80.68% ditentukan oleh variabel lain yang tidak dianalisis pada penelitian ini..

e. Uji F (*Simultan*)

Hasil pengolahan data pada tabel 4, menunjukkan F_{hitung} yaitu sebesar 8.127987 dan nilai signifikan pada 0.000008 ($sig\ 0,000008 < 0,05$). Hal ini berarti menunjukkan bahwa persamaan regresi yang diperoleh dapat diandalkan atau model yang digunakan sudah *fix*.

f. Uji T (*hipotesis*)

Berdasarkan hasil olahan data statistik pada tabel 4, maka dapat dilihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut:

1. Koefisien kepemilikan manajerial bernilai positif sebesar 2.078697 dengan nilai sig 0.0850 > 0,05. Hal ini berarti bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
2. Koefisien *leverage* bernilai negatif sebesar -0.001245 dengan nilai sig 0.9082 > 0.05 . Hal ini berarti bahwa *leverage* tidak berpengaruh pengungkapan informasi pertanggung jawaban

sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI..

3. Koefisien profitabilitas bernilai positif sebesar 0.021386 dengan nilai sig 0.0003 > 0.05. Hal ini berarti bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan informasi pertanggung jawaban sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
4. Koefisien ukuran perusahaan bernilai positif sebesar 0.264349 dengan nilai sig 0.0007 > 0.05. Hal ini berarti bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

g. Pembahasan

1. Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan.

Pengujian hipotesis 1 dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Hasil dari regresi menunjukkan nilai t hitung sebesar 1.737627 dengan probabilitas signifikansi adalah 0,085 berada lebih tinggi pada = 0,05. Dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajemen tidak mempengaruhi pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Pada tabel 14 kepemilikan manajerial berpengaruh positif dengan koefisien 2.078697. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin

tinggi kepemilikan manajerial dalam suatu perusahaan maka meningkatkan pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan namun probabilitas signifikansinya sebesar 0,085 sehingga dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial..

Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Said et al. (2009) yang membuktikan kepemilikan saham oleh manajemen tidak mempengaruhi pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan kepemilikan manajerial pada perusahaan manufaktur di Indonesia cenderung masih sangat rendah, hal tersebut dapat dilihat dari statistik deskriptifnya yaitu rata-rata kepemilikan manajemen hanya sebesar 0.029003. Adanya kepemilikan manajerial yang relatif kecil menyebabkan manajer belum dapat memaksimalkan nilai perusahaan melalui pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR). Rendahnya saham yang dimiliki oleh manajemen mengakibatkan pihak manajemen belum merasa ikut memiliki perusahaan karena tidak semua keuntungan dapat dinikmati oleh manajemen yang menyebabkan pihak manajemen termotivasi untuk memaksimalkan utilitasnya sehingga merugikan pemegang saham. Demikian, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini menolak hipotesis pertama.

2. Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan

Hipotesis kedua yang diajukan adalah *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Dalam rangka pengujian hipotesis kedua tersebut, maka dilakukan dengan menggunakan persamaan regresi linear berganda.

Berdasarkan pengujian dengan menggunakan regresi linear berganda yang telah dirangkum pada tabel 14 dapat dijelaskan bahwa secara individu atau parsial, pengujian pengaruh *leverage* dengan menggunakan regresi berganda menunjukkan hasil *p-value* sebesar 0.9082, dimana nilai ini lebih besar dari nilai *level of significance* 0.05. Hal ini membuktikan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian regresi berganda secara individual dapat disimpulkan bahwa hipotesis H₂ yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan tidak dapat dibuktikan atau hipotesis kedua yang diajukan di tolak.

Hasil ini konsisten dengan penelitian yang Rawi (2008) yang membuktikan *leverage* tidak mempengaruhi pengungkapan CSR. Penelitian ini juga tidak berhasil mendukung teori agensi, akan tetapi, dilihat dari karakteristik data, hal ini mungkin sesuai dengan Kokubu et.al., (2001) dalam Sembiring (2005), yang mengaitkan hal ini

dengan hubungan yang baik antara perusahaan dengan *debtholders*, walaupun mempunyai suatu derajat ketergantungan yang tinggi pada hutang.

Perusahaan yang memiliki tingkat utang yang tinggi akan mendapat sorotan, namun tidak akan menyebabkan perusahaan menghentikan tanggung jawab sosialnya. Perusahaan tetap memiliki komitmen dalam melaksanakan CSR, hal ini karena adanya UU No. 40 Tahun 2007 yang mengatur tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga tanggung jawab sosial perusahaan merupakan program tahunan yang harus dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, besar atau kecilnya tingkat *leverage* perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, selain itu hubungan yang tetap terjalin dengan baik antara perusahaan dan *debtholders* dapat mengurangi sorotan *public* terhadap perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak berhasil mendukung hipotesis kedua (H_2) tetapi mendukung teori agensi yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan seperti penelitian yang sudah dilakukan oleh Sembiring (2005), Anggrani (2006) Rawi (2008), Sudana dan Putu (2011), yang menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan

Pengujian hipotesis 3 dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan nilai t sebesar 3,716528 dengan tingkat signifikan sebesar 0,0003 berada lebih rendah dari $\alpha = 0,05$, sehingga dapat diperoleh bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan artinya peningkatan profitabilitas perusahaan akan meningkatkan dan memperluas informasi pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan yang tercermin dalam pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang sama dengan gaya manajerial yang diperlukan untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan. Terpenuhinya tanggung jawab agen kepada prinsipal yaitu memperoleh keuntungan, memberikan keleluasan kepada manajemen perusahaan untuk melakukan CSR sebagai strategi menjaga hubungan baik dengan *stakeholder* lainnya.

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel ukuran perusahaan (SIZE) terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR) pada tabel 14, dengan nilai t sebesar 3,483399 dengan tingkat signifikan sebesar 0,0007 berada lebih rendah dari $= 0,05$ dapat diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa hipotesis kelima (H_4) diterima.

Banyak peneliti yang telah melakukan penelitian mengenai hubungan pengaruh antara ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR. Seperti yang dilakukan oleh Amran dan Devi (2008), Sembiring (2005), Hackston dan Milne (1996), Machmud dan Djakman (2008), dan Belkaoui dan Karpik (1989). Semua penelitian ini, secara umum menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat juga cenderung semakin luas.

Hasil penelitian ini juga mendukung teori agensi yang secara umum menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka pengungkapan CSR yang akan dilakukan akan semakin luas. 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) dalam Sembiring (2005), 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.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh kepemilikan manajerial, *leverage*, Profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010 sampai dengan tahun 2013. Berdasarkan hasil temuan penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2013.
2. Variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap

pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2013

3. Variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2013.
4. Variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2013.

B. Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini antara lain:

1. Jumlah sampel yang sangat terbatas, hanya 30 dari 139 perusahaan manufaktur yang ada, dikarenakan hanya 30 perusahaan yang memenuhi kriteria pengambilan sampel yang telah ditetapkan.
2. Terdapat unsur subjektivitas dalam menentukan indeks pengungkapan, karena tidak adanya suatu ketentuan baku yang dapat dijadikan standar dan acuan, sehingga penentuan indeks untuk indikator *GRI* yang sama dapat berbeda antar setiap peneliti.

3. Tingkat *Adjusted R2* yang rendah dari variabel yang diuji 0,1932 dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pemerintah hendaknya menetapkan regulasi yang secara tegas dan jelas mengatur mengenai praktik dan pengungkapan, serta pengawasan *CSR* pada perusahaan di Indonesia sehingga praktik dan pengungkapan *CSR* di Indonesia semakin meningkat.
2. Penelitian selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan menggunakan variabel lain yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.
3. Penelitian selanjutnya perlu mempertimbangkan sampel yang lebih luas. Hal ini bertujuan agar kesimpulan yang dihasilkan tersebut memiliki cakupan yang lebih luas pula.
4. Agar pengukuran pengungkapan *CSR* lebih baik dan dapat untuk dijelaskan semua industri yang ada, maka untuk

penelitian selanjutnya sampel yang digunakan tidak hanya pada industri manufaktur saja, melainkan industri yang lain yang listing di BEI.

5. Selain data sekunder juga menggunakan data lain, seperti kuesioner ataupun interview ke perusahaan atau institusi pemerintah untuk mengetahui informasi lebih lengkap mengenai pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Ira Robiah. 2013. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan Go Public yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Periode 2008-2012). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah:Jakarta.
- Andreas dan Lawer, Chrystina. 2010. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap pengungkapan Tanggungjawab Sosial. *Jurnal Akuntansi*. Fakultas Ekonomi Universitas Riau:Pekanbaru.
- 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 Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi IX:Padang*.
- Anugerah, Rita dkk. 2010. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di BEI. *Jurnal Ekonomi Volume 18, Nomor 1 Maret 2010*. Fakultas Ekonomi Universitas Riau:Pekanbaru
- Arthana, Rony.2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (CSR) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks LQ45 Bursa Saham Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 2013*. Universitas Brawijaya:Malang
- Brigham dan Houston. 2006. Dasar-dasar Manajemen Keuangan. Salemba Empat:Jakarta.
- Choi, Frederick D.S dan Gary K Meek. 2010. *International Accounting buku 1 Edisi 6*. Jakarta:Salemba Empat.
- Data Laporan Tahunan Perusahaan. 2010-2012. Diakses pada 23 April 2014 : www.idx.co.id.
- Ermanto dan Emidar. 2012. *Bahasa Indonesia: Pengembangan Kepribadian di Perguruan Tinggi*. Padang:UNP Press.

- Fahrizqi, Anggara. 2010. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Responsibility Social* (CSR) Dalam Laporan Tahunan perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*. Universitas Diponegoro:Semarang.
- Fajrina, Rezi. 2014. Pengaruh Kinerja Lingkungan, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Manajemen Laba, dan Solvabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011). *Skripsi*. Universitas Negeri Padang:Padang.
- Harahap, Sofyan Syafri.2007. *Teori Akuntansi Edisi Revisi*. Jakarta:Rajawali Pers.
- Hernita, Wellarizma. 2011. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Responsibility Social* (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Jember:Jember
- Jensen, Michael C dan Meckling,William H.1976. *Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. Journal of Financial Economics, October, 1976, V. 3, No. 4, pp. 305-360.*
- Kasmir, DR. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta:PT.RajaGrafindo Persada.
- Kesimpulan.com. 2009. Struktur Kepemilikan. Diakses 1 Juni 2014: <http://www.kesimpulan.com/2009/04/struktur-kepemilikan-perusahaan.html>
- Kuncoro, Mudrajad. 2011. *Metode Kuantitatif : Teori dan Aplikasi untuk Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN
- Kusumawati, Tiara. 2013. Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Tingkat pengungkapan Tanggung jawab Lingkungan Dalam laporan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar Di PROPER dan BEI Periode 2009-2011). *Skripsi*. Universitas Jember:Jember.
- Keputusan Bapepam No.9 tahun 1995.
- Laksmitaningrum, Chintya Fadila. 2013. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan,Ukuran Dewan Komisaris,dan Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan CSR. *Skripsi*. Universitas Diponegoro:Semarang.
- Nur, Marzully dan Priantinah, Denies. 2012. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate*

- Social Responsibility* di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori *High Profile* yang *Listing* Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal / Volume I Nomor I / Tahun 2012*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta:Yogyakarta.
- Purnasiwi, Jayanti. 2011. Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas, dan Leverage terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Diponegoro:Semarang
- Putri, Chintya Dwi. 2013. Pengaruh *Corporate Governance* dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam *Sustainability Report* (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di BEI). *Skripsi*. Universitas Negeri Padang:Padang
- Rahmi, Elita. 2009. Standarisasi Lingkungan (ISO 26000) Sebagai Harmonisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Instrumen Hukum di Indonesia. *Jurnal Penelitian*.
- Sari, Rizkia Anggita. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*. Universitas Negeri Yogyakarta:Yogyakarta.
- Sembiring, Edi Rismanda. 2003. Kinerja Keuangan, *Political Visibility*, Ketergantungan pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Simposuin Nasional Akuntansi VI*:Surabaya.
- Sembiring, Edi Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial: Studi Empiris Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta. *Simposuin Nasional Akuntansi VIII*:Solo.
- Soerमारso S.R. 2002. *Akuntansi Suatu Pengantar Buku 1 Edisi 5*. Jakarta:Salemba Empat
- Soerwardjono. 2005. *Teori Akuntansi : Perekayasaan Pelaporan Keuangan Edisi Ketiga*. Yogyakarta: BPF E.
- Subraham, K.R dan John .J Wild. 2010. *Analisis Laporan Keuangan Edisi 10* .Jakarta:Salemba Empat.
- Sudana, I Made dan Putu Ayu Arlindania W. 2011. *Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Responsibility Social Pada Perusahaan Go-Public Di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan | Tahun 4, No. 1, April 2011*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga:Surabaya

- Suharto, Edi. 2010. *CSR&COMDEV:Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Tamba, Erida G.H. 2011. Pengaruh struktur kepemilikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro:Semarang
- Undang-Undang RI Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Untung, Hendrik Budi. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta:Sinar Grafika.
- Wardani, Nurul Kusuma. 2013.Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility(CSR)*. *Skripsi*. Universitas Diponegoro:Semarang.
- Waryanto. 2010. Pengaruh Karakteristik *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Responsibility Social* (CSR) Di Indonesia. *Skripsi*. Universitas Diponegoro:Semarang.
- Wijaya, Heryanto dan Budianto, Sauliam. 2012. Analisis Pengaruh Kepemilikan Manjerial, Kebijakan Hutang, dan Profitabilitas Terhadap *Dividen Payout Ratio* Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI Periode 2007 Sampai Dengan 2009. *Jurnal Akuntansi* vol.12, no.1 April 2012:617-634. Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanegara:Jakarta.
- Wijaya, Maria. 2012. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*.
- Wijayanti, Wahyuni. 2013. Analisis Pengaruh *Corporate Governance* dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sukarela (*Voluntari Disclosure*) dalam Laporan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan manufaktur *Go Public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah:Jakarta.
- World Bank. *Corporate Social Responsibility Definition*. Diakses 24 Maret 2014: <http://www.ifc.org/ifcext/economics.nsf/content/csr-intropage>.

LAMPIRAN

Tabel 1. Kriteria Pengambilan Sample

Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI sampai tahun 2013	140
Perusahaan yang tidak menyajikan Annual report secara lengkap dan tidak memiliki data keuangan tentang variabel yang diteliti	(96)
Perusahaan yang delisting	(3)
Perusahaan yang menggunakan mata uang asing	(11)
Perusahaan yang menjadi sample	30

Sumber: www.idx.co.id dan website perusahaan (data diolah)

Tabel 2. Perusahaan Sample

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ALMI	Alumindo Light Metal Industry, Tbk
2	AMFG	Asahimas Flat Glass, Tbk
3	ARGO	Argo Pantes, Tbk
4	ASII	Astra International, Tbk
5	BRNA	Berlina, Tbk
6	BTON	Beton jawa Mamunggal, Tbk
7	BUDI	Budi Acid Java, Tbk
8	DIPS	Duta pertwi Nusantara, Tbk
9	ETWA	Etenindo Wahantama, Tbk
10	GDST	Gunawan Dianjaya Steel, Tbk
11	GGRM	Gudang Garam, Tbk
12	GJTL	Gajah Tunggal, Tbk
13	IMAS	Indomobil Sukses International, Tbk
14	INCI	Intan Wijaya International Tbk
15	INDF	Indofood Sukses Makmur, Tbk
16	INDS	Indospring, Tbk
17	INTP	Indocement Tunggal Perkasa Tbk
18	KBLM	Kahelindo Murni, Tbk
19	KDSI	Kedawang Setia Industrial, Tbk
20	KLIP	Kalbe Farma, Tbk
21	MERK	Merck, Tbk
22	MLIA	Mulia Industrindo, Tbk
23	MYTX	Apac Cita Center tex, Tbk
24	PUSD	Prashda Ancka Niaga, Tbk
25	SMSM	Selamat Sepurnya, Tbk
26	SRSN	Indo Acitama, Tbk
27	TRST	Trias Sentosa, Tbk
28	ULTJ	Ultra jaya Milk Industry and Trading Company, Tbk
29	VOKS	Voksel Elctnc, Tbk
30	YAPS	Yana Prima Hana Persada, Tbk

Sumber: www.idx.co.id (2014)

Tabel 3. Statistik Deskriptif

	CSR Disclosure	Kepemilikan Manajerial	Leverage	Profitabilitas	Ukuran Perusahaan
Mean	0.180591	0.029003	1.036131	7.737796	12.26532
Maximum	0.974684	0.179705	27.97706	39.55554	14.18617
Minimum	0.037975	0.000000	-30.59511	-16.06019	10.95318
Std.Dev.	0.161144	0.046754	4.817974	9.266246	0.748841

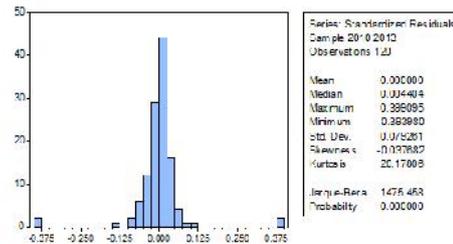
Sumber: Olahan Data 2014

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Data panel

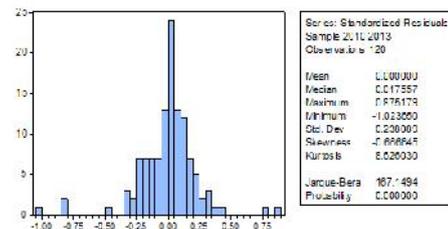
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
KEPEMILIKAN	2.078607	1.198285	1.737627	0.0850
LEVERAGE	-0.001245	0.010774	-0.115519	0.9082
PROFITABILITAS	0.021386	0.005754	3.716628	0.0003
SIZE	0.264349	0.075898	3.483399	0.0007
C	-5.400060	0.940646	-5.747474	0.0000

R-squared	0.220402	Mean dependent var	-1.983328
Adjusted R-squared	0.193286	Std. dependent var	0.619630
S.E. of regression	0.556265	Akaike info criterion	1.705632
Sum squared resid	35.50460	Schwarz criterion	1.021777
Log likelihood	-87.33790	Hannan-Quinn crit.	1.762799
F-statistic	8.127987	Durbin-Watson stat	0.407001
Prob(>F-statistic)	0.000008		

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas



Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Setelah Transformasi



Tabel 7. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t Statistic	Prob
KEPEMILIKAN	-9.08E-24	7.18E-24	-1.265041	0.20
LEVFRAGF	-3.48E-27	2.94E-26	-0.118105	0.90
PROFITABILITAS	1.37E-26	2.72E-26	0.504706	0.61
SIZE	1.10E-24	1.30E-24	0.805931	0.42
C	-1.28E-23	1.87E-23	-0.767524	0.44

Tabel 8. Hasil Uji Multikolonearitas

	KEPEMILIKAN	LEVERAGE	PROFITABILITAS	SIZE
KEPEMILIKAN	1.000000	-0.014565	-0.143936	-0.406803
LEVERAGE	-0.014565	1.000000	-0.175854	0.021111
PROFITABILITAS	-0.143936	-0.175854	1.000000	0.221928
SIZE	-0.406803	0.021111	0.221928	1.000000