

**PENGARUH *POLITICAL VISIBILITY*, *LEVERAGE*, DAN KEPEMILIKAN
SAHAM INSTITUSIONAL TERHADAP PENGUNGKAPAN
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***

(Studi Empiris pada Perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014)

Artikel



Oleh :

SUBAGIO
2012/1207129

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2016**

HALAMAN PENGESAHAN ARTIKEL

PENGARUH *POLITICAL VISIBILITY, LEVERAGE* DAN KEPEMLIKAN SAHAM INSTITUSIONAL TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

(Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI

Tahun 2012– 2014)

Oleh :

SUBAGIO

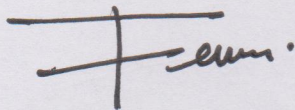
1207129/2012

Artikel inidisusun berdasarkan skripsi untuk persyaratan wisuda periode September 2016 dantelah diperiksa/ditetujui oleh kedua pembimbing

Padang, Agustus2016

DisetujuiOleh :

Pembimbing I



FefriIndraArza, SE, M.Sc, Ak
NIP. 19730213 199903 1 003

Pembimbing II



Vita Fitria Sari, SE, M.Si
NIP. 19870515 201012 2 009

PENGARUH *POLITICAL VISIBILITY*, *LEVERAGE* DAN KEPEMILIKAN SAHAM INSTITUSIONAL TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

(Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2014)

Subagio

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *political visibility*, *leverage* dan kepemilikan saham institusional terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan yang terdaftar di BEI. Pengungkapan Informasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam penelitian ini dilihat dengan menggunakan indikator GRI. *political visibility* diukur dengan tipe industri yaitu perusahaan berkategori *high-profile* dan *low-profil*, *leverage* diukur dengan DER (*debt equity ratio*) total liabilitas dibagi total ekuitas, dan kepemilikan saham institusional diukur dengan persentase kepemilikan saham yang dimiliki institusi dengan jumlah seluruh saham beredar.

Jenis penelitian ini digolongkan pada penelitian yang bersifat asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 3 tahun yakni dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014. Sedangkan sampel penelitian ini menggunakan metode *stratified random sampling* dari 517 perusahaan yang terdaftar di BEI sampel diambil dari 20% dari populasi sehingga diperoleh 103 sampel. Jenis data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh dari www.idx.co.id. Teknik pengumpulan data adalah dengan teknik dokumentasi. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) *political visibility* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan, (2) *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan, dan (3) kepemilikan saham institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* perusahaan.

Kata Kunci : Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Political Visibility, Leverage, Kepemilikan saham institusional.

ABSTRACT

This research aimed to provide empirical evidence about the effects of the political visibility , leverage, and institutional ownership to corporate responsibility social disclosure on companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Corporate Social Responsibility Disclosure in this research viewed using GRI Indicators. Political visibility measured by the type of industry that companies category of hig-profil and low profil. Leverage measured by DER (debt equity ratio) total liabilities divided by total equity, and institusional ownership is measured by the percentage of ownership of shares owned institutions with the total number of shares outstanding.

This research is classified into causative research. The population are all companies listed on the Indonesia stock exchange for four years from 2012 to 2014. While tehe sampel in this research using a stratified random sampling of 517 companies listed on the indonesian stock exchange samples were taken from 20% of the population in order to obain 103 samples. Secondary data is used in this research. It is formed obtained from the www.idx.co.id. The documentation technique is used in collecting the data. analysis used in thisresearch is multiple regesion analysis.

The results of this research showed that (1) political visibility significant influence of corporate social responsibility disclosure, (2) Leverage significant influence of corporate social responsibility disclosure and, (3) ownership institusional has no effect significant influence of corporate social responsibility idisclosure.

Keywords: Corporate sosial responsibility disclosure, Political visibility, Leverage, Institutional Ownership

1. PENDAHULUAN

Pengungkapan secara umum memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi berupa penyajian dalam bentuk seperangkat penuh statemen keuangan (Soewardjono, 2005). Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang *Corporate Social Responsibility* (Anggraini, 2006).

Pengungkapan *corporate social responsibility* muncul karena adanya tuntutan dari masyarakat dan para pengguna laporan keuangan terhadap dampak kegiatan bisnis perusahaan. 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* (CSR) merupakan suatu konsep akuntansi yang dapat membawa perusahaan agar melaksanakan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat. Pengungkapan CSR memperluas akuntabilitas bisnis, maksudnya tidak hanya membuat laporan keuangan untuk pemilik tetapi juga untuk masyarakat luas (Moser, 2012).

Di Indonesia, wacana mengenai kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial telah diatur dalam UU

Perseroan Terbatas No. 40 pasal 74 tahun 2007 yang menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam Pasal 66 ayat 2c UU No. 40 tahun 2007, dinyatakan bahwa semua perseroan wajib untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan. Pengungkapan informasi pelaksanaan kegiatan CSR telah dianjurkan dalam PSAK No.1 tahun 2009 tentang Penyajian Laporan Keuangan, bagian Tanggungjawab atas Laporan Keuangan paragraf 09.

Praktik CSR di Indonesia sendiri mengenai pengungkapan dan penerapan CSR masih terus berkembang. Pada tahun 2009, PT Trubaindo Coal Mining menghadapi ancaman penghentian aktivitas perusahaan oleh warga sekitar. Hal ini terjadi karena perusahaan belum menepati janjinya untuk melunasi ganti rugi lahan warga Bentian Besar Kalimantan Timur dan membangun instalasi air bersih. Ancaman juga terjadi karena ganti rugi yang diberikan hanya sebesar Rp 10 juta per hektar, namun dalam laporan berkelanjutan PT Trubaindo mengakui ganti rugi dibayarkan Rp 40 juta per hektar, dimana Rp 30 juta diantaranya diberikan kepada kelompok pemerintah (www.csrindonesia.com). Pada tanggal 26 Januari 2012, LSM Merah Putih dan Cagar Tuban melakukan unjuk rasa ke kantor PT. Holcim di Jl. Basuki Rahmad Kabupaten Tuban untuk menolak rencana pembangunan pabrik yang dikhawatirkan dapat menambah

daftar kerusakan yang terjadi di wilayah Tuban (www.beritajatim.com). Pada tanggal 1 September 2015, Direktur Tindak Pidana Ekonomi dan Khusus Bareskrim Polri, Brigjen Pol Victor Edison Simanjuntak menjelaskan adanya penggeledahan di kantor Pertamina Foundation terkait dengan dugaan korupsi proyek CSR Pertamina salah satunya “Gerakan menanam 1000 Pohon” (news.okezone.com).

Praktik CSR dan pengungkapannya dapat dikaitkan dengan teori legitimasi. *Legitimacy theory* secara esensial adalah teori yang berorientasi pada sistem, dalam hal ini organisasi atau perusahaan dipandang sebagai salah satu komponen dalam lingkungan sosial yang lebih besar. Teori legitimasi menyediakan perspektif yang lebih komprehensif pada pengungkapan CSR. Teori ini secara eksplisit mengakui bahwa bisnis dibatasi oleh kontrak sosial yang menyebutkan bahwa perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial perusahaan agar diterima masyarakat akan tujuan perusahaan yang pada akhirnya akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Utami, 2011).

Penelitian terdahulu sudah meneliti CSR dari berbagai aspek, Seperti penelitian yang dilakukan Eriandani (2013) pengaruh *institutional ownership* dan *managerial ownership* terhadap pengungkapan CSR. Badjuri (2011) faktor-faktor fundamental, mekanisme *corporate governance* pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan manufaktur dan sumber daya alam di

Indonesia. Terzaghi (2012), pengaruh *earning management* dan mekanisme *corporate governance* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Indrawati (2009) pengungkapan *corporate social responsibility* dalam *annual report* serta pengaruh *political visibility* dan *economic performance*. Marzully dan Priantinah (2012) yang meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu Profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dewan komisaris dan *leverage*.

Political visibility adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengungkapan terkait aspek politik (Tatang, 2002). Biaya-biaya ini merupakan biaya eksternal perusahaan timbul dari pandangan kecemasan, tekanan politik masyarakat, lingkungan, serta pemerintah dari aktivitas operasional perusahaan. Pihak *principal* mempunyai keinginan memperoleh pengungkapan CSR yang sebanyak-banyak sedangkan bagi pihak manajemen mempunyai pertimbangan atas biaya dan manfaat ketika mengambil keputusan melaksanakan pengungkapan.

Rasio *leverage* bertujuan untuk menganalisis pembelanjaan yang dilakukan berupa komposisi utang dan modal, serta kemampuan perusahaan untuk membayar bunga dan beban tetap lainnya (Sugiono, 2009). Rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan

berapa utang yang layak diambil dan dari mana sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang (Fahmi, 2012).

Pemegang saham institusional biasanya berbentuk entitas seperti perbankan, asuransi, dana pensiun, reksa dana, dan institusi lain. Investor institusional umumnya merupakan pemegang saham yang cukup besar karena memiliki pendanaan yang besar. Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar untuk menghalangi perilaku *opportunistic* manajer. Menurut Mursalim (2007), kepemilikan institusional dapat dijadikan sebagai upaya untuk mengurangi masalah keagenan dengan meningkatkan proses monitoring. Pemegang saham institusional juga memiliki *opportunity, resources, dan expertise* untuk menganalisis kinerja dan tindakan manajemen. Investor institusional sebagai pemilik sangat berkepentingan untuk membangun reputasi perusahaan.

Hasil penelitian oleh Kasmadi dan Djoko (2006) yang menemukan bahwa investasi yang dilakukan oleh investor institusional tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan sukarela perusahaan di India. Namun hasil penelitian Anggraini (2006) menunjukkan bahwa semakin besar kepemilikan institusional dalam perusahaan maka tekanan terhadap manajemen perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial pun semakin besar.

Belal dan Momin (2009) meneliti pada negara berkembang bahwa pengungkapan CSR dilakukan

karena adanya tekanan dari pihak eksternal perusahaan. Pengungkapan CSR pada negara berkembang karena ada pengaruh dari pemegang saham. Pengungkapan CSR difokuskan pada perubahan iklim, kemiskinan dan hak asasi manusia. Kamla (2007) menyatakan bahwa pengungkapan CSR di Arab dipengaruhi oleh pemodal swasta dari Arab. CSR digunakan untuk meningkatkan citra atau reputasi perusahaan. Moser dan Martin (2012) juga menemukan hasil yang sama bahwa pengungkapan CSR di dorong karena ada pengaruh dari pemegang saham.

Penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR yang telah dipaparkan menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Perbedaan atau perbedaan hasil penelitian yang terjadi dikarenakan beberapa alasan seperti perbedaan periode waktu penelitian, interpretasi peneliti terhadap laporan keuangan perusahaan atas variabel yang digunakan maupun perbedaan metode pengujian yang ditempuh oleh peneliti. Penelitian ini penting dan menarik untuk dilakukan karena untuk memverifikasi ulang hasil penelitian terdahulu serta memasukkan variabel yang jarang diteliti dan hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten yaitu *political visibility* yang diduga mempengaruhi pengungkapan CSR dengan proksi tipe industri yaitu *high profile* dan *low profile*.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Political Visibility, Leverage, dan Kepemilikan Saham***

Institusional Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*” (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di BEI periode 2012-2014).

2. TELAAH LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

2.1. Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa kesuksesan atau hidup matinya suatu korporasi sangat tergantung pada kemampuannya untuk menyeimbangkan beragam kepentingan para *stakeholder*-nya seperti investor, kreditor, pemasok, pelanggan, karyawan, pemerintah dan masyarakat. Bila mampu melakukannya, korporasi akan meraih dukungan *stakeholder* (Lako,2011).

Tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*shareholder*), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang diciptakan oleh perusahaan tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan terhadap perusahaan (Untung, 2008). Mereka adalah pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik, dan asosiasi perdagangan.

Dengan adanya teori *stakeholder* ini kita dapat memberikan landasan bahwa suatu perusahaan harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* karena tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para

stakeholders yang terkait dan atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Manfaat tersebut dapat diberikan dengan cara menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan yang menjalankan CSR akan memperhatikan dampak aktivitas yang dilakukan terhadap kondisi sosial dan lingkungan, dan berupaya agar memberikan dampak positif.

2.2. Teori Legitimasi

Teori Legitimasi menjelaskan bahwa korporasi dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terikat dalam suatu “*social contract*”. Menurut teori kontrak sosial (*social contract*), keberadaan korporasi dalam suatu area karena didukung secara serta parlemen yang juga merupakan representasi dari masyarakat (Lako, 2011).

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.

Dengan adanya teori legitimasi kita dapat memberikan landasan bahwa perusahaan harus menaati norma-norma yang berlaku di masyarakat dimana perusahaan berada agar operasi perusahaan juga dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya konflik dari masyarakat

sekitar. Untuk hal tersebut, perusahaan dapat menyesuaikan diri dengan cara mengembangkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan adanya program *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat sekitar sehingga masyarakat sekitar dapat menerima baik keberadaan perusahaan di lingkungannya.

2.3. Teori Legitimasi

Teori Legitimasi menjelaskan bahwa korporasi dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terikat dalam suatu “*social contract*”. Menurut teori kontrak sosial (*social contract*), keberadaan korporasi dalam suatu area karena didukung secara serta parlemen yang juga merupakan representasi dari masyarakat (Lako, 2011).

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.

Dengan adanya teori legitimasi kita dapat memberikan landasan bahwa perusahaan harus menaati norma-norma yang berlaku di masyarakat dimana perusahaan

berada agar operasi perusahaan juga dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya konflik dari masyarakat sekitar. Untuk hal tersebut, perusahaan dapat menyesuaikan diri dengan cara mengembangkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan adanya program *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat sekitar sehingga masyarakat sekitar dapat menerima baik keberadaan perusahaan di lingkungannya.

2.4. *Coorporate Social Responsibility* (CSR) 2.4.1 Definisi CSR

Definisi mengenai CSR saat ini sangatlah beragam. Seperti definisi CSR yang dikemukakan oleh World bank (2002), sebagai berikut:

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

Yang dimaksud didalam definisi adalah CSR merupakan suatu komitmen bisnis untuk berperan dalam pembangunan ekonomi yang dapat bekerja dengan karyawan dan perwakilan mereka, masyarakat sekitar dan masyarakat yang lebih luas untuk memperbaiki kualitas hidup, dengan cara yang baik bagi bisnis maupun pengembangan

(Sumedi, 2010). Sedangkan sebuah organisasi dunia *World Bisnis Council for Sustainable Development* (WBCD) menyatakan bahwa CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaannya beserta seluruh keluarga.

Tujuan dari adanya CSR yaitu sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan karena dampak-dampak lingkungan yang ditimbulkannya. Kondisi dunia yang tidak menentu seperti terjadinya *global warming*, kemiskinan yang semakin meningkat serta memburuknya kesehatan masyarakat memicu perusahaan untuk melakukan tanggung jawabnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen perusahaan untuk menjalankan bisnis sesuai dengan perilaku etis dan ketentuan hukum yang ada sehingga dapat memberikan kontribusi bagi seluruh *stakeholders*. CSR juga dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasi dalam dimensi sosial, ekonomi serta lingkungan.

2.4.2 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 (Suwardjono, 2005). Pengungkapan (*disclosure*) berarti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan informasi.

Pengungkapan (*disclosure*) dibutuhkan oleh perusahaan. Perusahaan terkadang membuat pengungkapan yang lebih luas guna mendapatkan keuntungan. Tampaknya, kompetisi atas investasi dana merupakan faktor pendorong utama dalam meningkatkan pengungkapan oleh perusahaan. *Disclosure* juga menjadi salah satu upaya mewujudkan transparansi dalam dunia bisnis sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pengguna laporan keuangan.

Secara umum, tujuan pengungkapan adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan melayani berbagai pihak yang mempunyai kepentingan berbeda. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku (Suwardjono, 2005).

Menurut *International Organization for Standardization* (ISO), konsep CSR harus dipahami sebagai “*initiatives beyond legal compliance and the achievement of the legitimate mission of an organization are voluntary*”. CSR adalah inisiatif hukum yang merupakan pencapaian misi dari sebuah perusahaan yang bersifat

sukarela. Pada bulan September 2004, ISO (*International Organization for Standardization*) sebagai induk organisasi standarisasi internasional, berinisiatif membentuk tim (*working group*) yang memprakarsai lahirnya panduan dan standarisasi untuk tanggung jawab sosial yang diberi nama ISO 26000: *Guidance Standard on Social Responsibility*. Kegiatan ISO dalam tanggungjawab sosial terletak pada pemahaman umum bahwa *social responsibility* adalah sangat penting untuk kelanjutan suatu organisasi.

ISO 26000 menyediakan standar pedoman yang bersifat sukarela mengenai tanggung jawab sosial suatu institusi yang mencakup semua sektor badan publik ataupun badan privat baik di negara berkembang maupun negara maju. ISO 26000 akan memberikan tambahan nilai terhadap aktivitas tanggung jawab sosial yang berkembang saat ini dengan cara: 1) mengembangkan suatu konsensus terhadap pengertian tanggung jawab sosial dan isunya; 2) menyediakan pedoman tentang penterjemahan prinsip-prinsip menjadi kegiatan-kegiatan yang efektif; dan 3) memilah praktek-praktek terbaik yang sudah berkembang dan disebarluaskan untuk kebaikan komunitas atau masyarakat internasional.

Berdasarkan konsep ISO 26000, penerapan *social responsibility* hendaknya terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi yang mencakup 7 isu pokok, yaitu: tata kelola organisasi, hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, lingkungan, prosedur dan operasi yang wajar, isu konsumen, dan melibatkan dan

pengembangan masyarakat konsumen.

Pada penelitian ini, peneliti mengidentifikasi pengungkapan CSR dengan menggunakan standar GRI G3 (*Global Reporting Initiative*) yang terdiri dari 79 pengungkapan. *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai sebuah jaringan pelopor perkembangan dunia yang berbasis organisasi dan paling banyak digunakan dalam laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (www.globalreporting.org).

Pengukuran pelaporan tanggung jawab sosial adalah dengan pedoman yang digunakan oleh GRI. Perusahaan menggunakan pedoman GRI dalam menyusun laporan pertanggungjawaban sosial. Penelitian di Indonesia maupun diluar banyak yang memakai pedoman GRI sebagai alat ukur CSR, seperti Malaysia juga menggunakan GRI sebagai pedoman dalam mengukur tanggung jawab perusahaan. GRI digagas oleh PBB melalui *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) dan UNEP pada tahun 1997.

2.5. Political Visibility

Tatang (2002) mengatakan bahwa biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengungkapan terkait aspek politik diistilahkan dengan *political visibility*. Biaya-biaya ini merupakan biaya eksternal perusahaan timbul dari pandangan kecemasan, tekanan politik masyarakat, lingkungan, serta pemerintah dari aktivitas operasional

perusahaan. Semakin besar *political visibility* yang ditemui oleh perusahaan maka makin tinggi *cost* yang dibutuhkan dalam mengungkapkan CSR yang menjadikan laba periode berjalan disajikan lebih rendah.

Hackston & Milne (1996) dalam Indrawati (2009) mendefinisikan industri yang *high-profile* adalah industri yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politis yang tinggi atau menghadapi persaingan yang tinggi. Perusahaan yang memiliki aktivitas ekonomi yang memodifikasi lingkungan seperti industri ekstraktif, lebih mungkin mengungkapkan informasi mengenai dampak lingkungan dibandingkan industri yang lain. Perusahaan-perusahaan *high profile*, pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Masyarakat umumnya lebih sensitif terhadap tipe industri ini karena kelalaian perusahaan dalam pengamanan proses produksi dan hasil produksi dapat membawa dampak yang besar bagi masyarakat. Perusahaan *low-profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya.

Tipe industri Perusahaan berkategori *high profile* yaitu: perusahaan agribisnis, kehutanan,

pertambangan, tembakau, rokok, perminyakan, kertas, kimia, otomotif, penerbangan, transportasi, makanan dan minuman, komunikasi dan media, pariwisata, dan kesehatan. Sedangkan golongan *low profile* yaitu : keuangan dan perbankan, bangunan, properti, *retailer*, tekstil, dan produk rumah tangga (Sembiring, 2005).

2.6. Leverage

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Berbagai definisi mengenai *leverage* telah banyak diungkapkan oleh para ahli. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang 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. Tingkat *leverage* perusahaan menggambarkan risiko keuangan perusahaan (Linda dkk, 2012). Brigham (2006) menyebutkan bahwa rasio *leverage* berhubungan dengan keputusan pendanaan dimana perusahaan lebih memilih pembiayaan hutang dibandingkan dengan modal sendiri. Rasio ini juga menunjukkan seberapa besar perusahaan dibiayai oleh pihak luar atau kreditor. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, termasuk di dalamnya tentang informasi tambahan pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.7. Kepemilikan Saham Institusional

Kepemilikan

institusional adalah kepemilikan saham oleh pihak-pihak yang berbentuk institusi seperti yayasan, bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dana pensiun, perusahaan berbentuk perseroan (PT), dan institusi lainnya. Institusi biasanya dapat menguasai mayoritas saham karena mereka sumber daya yang lebih besar dibandingkan dengan pemegang saham lainnya. Oleh karena menguasai saham mayoritas, maka pihak institusional dapat melakukan pengawasan terhadap kebijakan manajemen secara lebih kuat dibandingkan dengan pemegang saham lain.

Salah satu cara untuk mengurangi *agency cost* adalah dengan meningkatkan kepemilikan institusional yang berfungsi untuk mengawasi agen. Dengan kata lain, akan mendorong pengawasan yang optimal terhadap kinerja manajemen. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan presentase kepemilikan institusional dapat menurunkan presentase kepemilikan manajerial karena kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional bersifat saling menggantikan sebagai fungsi monitoring.

Peningkatan kepemilikan institusional menyebabkan pengawasan yang ketat terhadap kinerja manajemen sehingga secara otomatis manajemen akan menghindari perilaku yang merugikan prinsipal. Semakin besar *institusional ownership* maka semakin kuat kendali yang dilakukan pihak eksternal terhadap perusahaan. Semakin tinggi kepemilikan institusional maka akan

mengurangi perilaku *opportunistic* manajer yang dapat mengurangi *agency cost* yang diharapkan akan meningkatkan nilai perusahaan (Wahyudi, 2006).

Jumlah pemegang saham yang besar (*large shareholders*) mempunyai arti penting dalam memonitor perilaku manajer dalam perusahaan. Dengan adanya konsentrasi kepemilikan, maka para pemegang saham besar seperti kepemilikan institusi akan dapat memonitor tim manajemen secara lebih efektif dan nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Tingginya kepemilikan oleh institusi akan meningkatkan pengawasan terhadap perusahaan. Pengawasan yang tinggi ini akan meminimalisasi tingkat penyelewengan-penyelewengan yang dilakukan oleh pihak manajemen yang akan menurunkan nilai perusahaan. Selain itu, pemilik institusional akan berusaha melakukan usaha-usaha positif guna meningkatkan nilai perusahaan miliknya. Hal ini menyatakan bahwa konsentrasi kepemilikan pada pihak luar perusahaan berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

2.8. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian mengenai tanggung jawab sosial perusahaan terus berkembang saat ini. Terdapat beberapa penelitian terdahulu dengan indikator dan hasil beragam yang menjelaskan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian mengenai CSR sudah banyak dilakukan di negara berkembang.

Kamla (2007) meneliti di negara berkembang yang berfokus pada Asia-Pasifik dan Afrika. Kamla menggunakan metode lain yaitu metode kualitatif dengan melakukan wawancara mengenai motivasi perusahaan melakukan CSR secara langsung kepada manajer perusahaan.

Moser (2012) meneliti CSR dengan perspektif pemegang saham tradisional menganggap bahwa manajer tidak akan sengaja terlibat dalam kegiatan setiap CSR dengan mengorbankan pemegang saham. Sebaliknya, jika manajer terlibat dalam kegiatan CSR untuk menanggapi kebutuhan atau tuntutan dari kelompok yang lebih luas dari pemangku kepentingan, maka dimungkinkan bahwa beberapa kegiatan CSR yang dilakukan dengan mengorbankan para pemegang saham. Pada gilirannya, terkait pengungkapan, bisa melayani tujuan yang lebih luas dari sekedar memberikan informasi nilai-relevan dengan pemegang saham.

Penelitian yang dilakukan Hackston & Milne (1996) pada perusahaan-perusahaan publik membuktikan bahwa pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan besar lebih tinggi dari pada pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan kecil. Temuan lain, perusahaan *high-profile* melakukan pengungkapan sosial yang lebih banyak dari pada perusahaan *low-profile* yang lebih sedikit mengungkapkan kegiatan sosialnya.

Marzully dkk (2012), meneliti mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social*

responsibility di Indonesia pada perusahaan berkategori high profile yang listing di BEI. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan, Dewan Komisaris, *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sementara, profitabilitas, kepemilikan saham publik, dan pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hubungan yang signifikan antara struktur kepemilikan dengan pengungkapan CSR dapat dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh Nurlala dan Islahuddin (2008) dan Saleh, Norhayah, dan Rusnah (2009) yang menunjukkan bahwa kepemilikan institusional dan manajemen memiliki hubungan yang signifikan positif dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

2.9. Hubungan antar Variabel

2.9.1 Pengaruh *Political visibility* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Semakin besar *political visibility* yang dihadapi oleh perusahaan, maka manajer akan memilih prosedur akuntansi yang dapat menghasilkan laba sekarang lebih rendah dibandingkan laba masa depan. Dengan demikian semakin tinggi *political visibility* yang dihadapi perusahaan maka perusahaan akan semakin banyak mengeluarkan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial sehingga laba yang dilaporkan menjadi lebih rendah.

Pada perusahaan besar biasanya melakukan perencanaan berupa biaya-biaya yang akan dikeluarkan dari aktivitas pengungkapan sosial (*political visibility*), penyiapan

informasi pengungkapan sosial secara detail, dan merencanakan resiko-resiko yang mungkin akan terjadi. Sehingga perusahaan besar mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil, ini dibuktikan bahwa tindakan-tindakan yang dilakukan perusahaan besar memungkinkan perusahaan tersebut untuk memperoleh keuntungan melalui pengungkapan sosial yang bermanfaat dan dapat memberikan fasilitas informasi kepada pemegang saham di pasar modal.

2.9.2

Pengaruh *Leverage* terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi (Marzully, 2012). Sesuai dengan teori legitimasi maka, perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi mempunyai kewajiban yang lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditornya termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial. Tingkat *leverage* merupakan kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain. Semakin tinggi tingkat *leverage* semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit (Linda dkk, 2012). Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas dari pada perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih rendah, rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat

dilihat tingkat risiko tak tertagihnya suatu hutang. Maka, perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Leverage menggambarkan sejauhmana modal pemilik dapat menutupi hutang kepada pihak di luar perusahaan. Semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak hutang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Agar laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial. Hal tersebut dapat dikaitkan dengan teori legitimasi dimana manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggungjawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan para *debtholders*.

2.9.3 Pengaruh Kepemilikan Saham Institusional terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pemegang saham institusional biasanya berbentuk entitas seperti perbankan, asuransi, dana pensiun, reksa dana, dan institusi lain. Investor institusional umumnya merupakan pemegang saham yang cukup besar karena memiliki pendanaan yang besar. Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar untuk menghalangi perilaku *opportunistic* manajer. Menurut Mursalim (2007), kepemilikan institusional dapat

dijadikan sebagai upaya untuk mengurangi masalah keagenan dengan meningkatkan proses monitoring. Pemegang saham institusional juga memiliki *opportunity, resources, dan expertise* untuk menganalisis kinerja dan tindakan manajemen. Investor institusional sebagai pemilik sangat berkepentingan untuk membangun reputasi perusahaan.

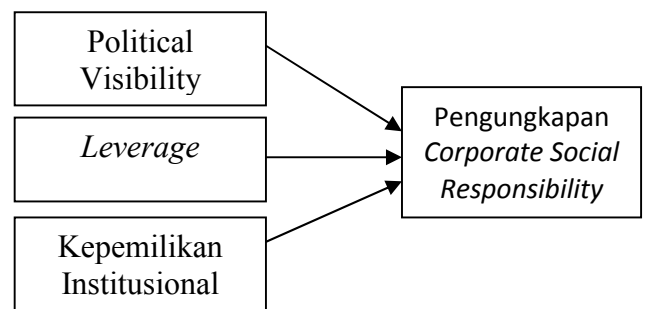
Penelitian

Barnae dan Rubin (2005) yang dilakukan untuk melihat CSR sebagai konflik berbagai *shareholder* menunjukkan hasil bahwa pemegang saham institusional tidak memiliki hubungan terhadap CSR. Hasil penelitian ini didukung oleh Kasmadi dan Djoko (2006) yang menemukan bahwa investasi yang dilakukan oleh investor institusional tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan sukarela perusahaan di India. Namun hasil penelitian Anggraini (2006) menunjukkan bahwa semakin besar kepemilikan institusional dalam perusahaan maka tekanan terhadap manajemen perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial pun semakin besar.

Matoussi dan Chakroun (2008) menyatakan bahwa perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar lebih mampu untuk memonitor kinerja manajemen. Investor institusional memiliki *power* dan *experience* serta bertanggungjawab dalam menerapkan prinsip *corporate governance* untuk melindungi hak dan kepentingan seluruh pemegang saham sehingga mereka menuntut perusahaan untuk melakukan komunikasi secara transparan.

Dengan demikian, kepemilikan institusional dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas pengungkapan sukarela. Hal ini berarti kepemilikan institusional dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan pengungkapan CSR. Penelitian ini akan mencoba menguji kembali pengaruh kepemilikan institusional terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

2.10. Kerangka Konseptual



Gambar1.

Kerangka Konseptual

2.11. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran penelitian diatas, dan didukung oleh teori yang ada maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut :

- H₁ *Political Visibility* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- H₂ *Leverage* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- H₃ Kepemilikan Saham Institusional memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lain atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain. Dengan kata lain desain kausal berguna untuk mengukur hubungan-hubungan antar variabel riset atau berguna untuk menganalisis bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel yang lain.

3.2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lain atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. 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 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 517 perusahaan.

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan suatu himpunan bagian dari unit populasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2012 sampai 2014. Teknik sampling pada

penelitian ini ialah *stratified random sampling* yaitu dengan membagi populasi menjadi subpopulasi, kemudian sampel diambil secara acak (Umar 2004) dalam (Kusumadewi 2014). Pengambilan sampel dalam penelitian ini artinya sampel dipilih dengan teknik *sampling* dimana populasi dibagi kedalam subpopulasi (strata), karena mempunyai karakteristik yang heterogen dan heterogenitas tersebut mempunyai arti yang signifikan terhadap pencapaian tujuan penelitian. Peneliti mengambil sampel sebanyak 20% dari jumlah keseluruhan populasi yang dianggap telah cukup mewakili populasi dari setiap sektor (Indrawati, 2009). Pada periode 2012-2014 tercatat 517 perusahaan yang listing di BEI dan tergolong kedalam perusahaan *high-profile* dan *low-profile*, pengambilan sampel sebanyak 20% dari 517 perusahaan sehingga dihasilkan 103 sampel.

3.4. Jenis Data dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data dokumenter berupa laporan keuangan tahunan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI, dan *sustainability report* atau laporan pengungkapan *CSR* sejenis lainnya selama periode 2012

3.4.2 Sumber Data

Sumber data untuk penelitian ini menggunakan sumber data sekunder. Sumber data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Sumber

data penelitian ini diperoleh situs resmi BEI yaitu (www.idx.co.id).

3.5. 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 CSR.

3.6. Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Dalam penelitian ini digunakan satu variabel dependen dan tiga variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan variabel independennya *political visibility*, *leverage*, dan kepemilikan saham institusional. Variabel-variabel tersebut dapat didefinisikan sebagai berikut:

3.6.1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang tergantung atas variabel lain. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dinyatakan dalam *corporate sustainability disclosure* (CSD). Pengungkapan tanggung jawab sosial menggunakan indikator Global

Reporting Initiative yang diperoleh dari website <https://www.globalreporting.org>.

Global Reporting Initiative (GRI) dengan jumlah 79 pengungkapan yang meliputi: *economic (EC)*, *environment (EN)*, *human rights (HR)*, *labor practices (LP)*, *product responsibility (PR)*, dan *society (SO)*. *Global Reporting Initiative* adalah sebuah kerangka pelaporan untuk membuat *sustainability reports* yang terdiri atas prinsip-prinsip pelaporan, panduan pelaporan dan standar pengungkapan (di dalamnya termasuk indikator-indikator kinerja).

Pengukuran CSD menggunakan *content analysis*, yaitu sebuah metode pengkodekasian 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 Moser (2012), Terzaghi (2012) mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Setiap item CSR yang diungkapkan akan diberi nilai 1, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan.

Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSD¹⁷ adalah sebagai berikut:

$$CSR = \frac{\text{jumlah item yang diungkapkan}}{79 \text{ item informasi CSR versi GRI G3}}$$

3.6.2 Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Variabel independen dalam

penelitian ini adalah *political visibility*, *leverage*, dan kepemilikan saham institusional.

a. *Political Visibility*

Tatang (2002) mengatakan bahwa biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengungkapan terkait aspek politik diistilahkan dengan *political visibility*. *Political visibility* diprosikan dengan tipe industri merupakan variabel dummy (yaitu variabel penilaian), yaitu: 1 = perusahaan yang termasuk dalam industri *high-profile* dan 0 = perusahaan yang termasuk dalam industri *low-profile*.

b. *Leverage*

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai asset perusahaan. 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 :

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

c. **Kepemilikan Saham**

Kepemilikan Saham Institusional Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham oleh pihak-pihak yang berbentuk institusi seperti yayasan, bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dana pensiun, perusahaan berbentuk perseroan (PT), dan institusi lainnya. Kepemilikan saham institusional diukur dengan persentase jumlah saham nominal yang dimiliki oleh institusi.

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{jumlah kepemilikan saham institusional}}{\text{jumlah saham beredar}}$$

3.7. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil atau *ordinary least square* (OLS) untuk menganalisis pengaruh *political visibility*, *leverage*, dan kepemilikan saham institusional terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dengan model dasar sebagai berikut :

CSDi

= **a**

+ **β_1 Political Visibility**

+ **β_2 Leverage**

+ **β_3 Kepemilikan Institusional**

+ **e**

Keterangan :

CSDi : Indeks Indeks Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

a : konstanta

e : standar

error

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: koefisien

regresi variabel independen

3.7.1. Uji Asumsi Klasik

Asumsi-asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas merupakan pengujian tentang kenormalan distribusi data. Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan melihat tingkat signifikan 5%. Menurut Idris (2010:72) uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilakukan dengan menguji

apakah residual terdistribusi secara normal. Dasar pengambilan keputusan dari uji ini adalah jika nilai signifikan uji *Kolmogorov-Smirnov* $>0,05$ berarti residual dinyatakan terdistribusi normal, dan begitu juga sebaliknya.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini merupakan bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis regresi berganda. Menurut Idris (2010:82), asumsi multikolinearitas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinearitas. Gejala multikolinearitas merupakan gejala korelasi antar variabel independen.

Untuk mengetahui apakah ada gejala multikolinearitas, maka dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Jika nilai VIF <10 dan *tolerance* $>0,1$, maka dapat disimpulkan bahwa model tidak terkena atau bebas dari gejala multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai VIF >10 dan *tolerance* $<0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa model terkena gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pengamatan ke pengamatan. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas.

Menurut Idris (2010:88), salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi masalah heteroskedastisitas adalah dengan metode korelasi Spearman. Metode korelasi Spearman merupakan

metode yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas jika jumlah sampel penelitian kecil ($n < 30$), sedangkan untuk sampel besar ($n > 30$) dapat menggunakan metode korelasi Glesjer. Berikut dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas :

Jika nilai sig $< 0,05$ varian terdapat heteroskedastisitas.

Jika nilai sig $\geq 0,05$ varian tidak terdapat heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Menurut Idris (2010:86), uji autokorelasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri. Untuk mengetahui apakah ada gejala autokorelasi dapat digunakan uji *Durbin-Watson*. Jika angka *Durbin-Watson* < -2 berarti ada gejala autokorelasi positif, antara -2 sampai 2 berarti tidak ada gejala autokorelasi dan jika angka *Durbin-Watson* > 2 berarti ada gejala autokorelasi negatif.

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2.
Klasifikasi Nilai d (D-W)

Nilai	Keterangan
$< 1,10$	Ada autokorelasi
$1,10 - 1,54$	Tidak ada autokorelasi
$1,55 - 2,46$	Tidak ada autokorelasi
$2,47 - 2,90$	Tidak ada autokorelasi
$> 2,91$	Ada autokorelasi

3.7.2. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Koefisien determinasi (R²) berfungsi untuk melihat sejauhmana keseluruhan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Apabila angka koefisien determinasi semakin mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah semakin kuat, yang berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sedangkan nilai Koefisien determinasi (*adjusted R2*) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen adalah terbatas (Idris, 2010).

b. Uji F (Uji Kelayakan Model)

Uji F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2007). Patokan yang digunakan dengan membandingkan nilai *sig* yang didapat dengan derajat signifikan 0,05. Apabila nilai *sig* lebih kecil dari derajat signifikan maka persamaan regresi yang diperoleh dapat diandalkan. Nilai F statistik dihitung dengan formula sebagai berikut:

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

keterangan :

F = Uji F

R² = Koefisien

Determinan

k = Jumlah Variabel

Bebas

n = Jumlah Sampel

c. Uji Statistik t (Uji Parsial)

Uji hipotesis (uji-t) dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel dependen dan variabel independen secara terpisah. Untuk melihat ada tidaknya pengaruh dapat ditentukan dengan melihat tingkat signifikan 0,05.

Kriteria penerimaan hipotesis:

1. Jika tingkat signifikan < α = 0,05 maka tersedia bukti yang cukup untuk menerima hipotesis H₁, H₂, H₃. Dengan demikian dapat dikatakan porsi ukuran perusahaan, umur perusahaan, *leverage*, dan *media exposure* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2. Jika tingkat signifikan > α = 0,05 maka hipotesis H₁, H₂, H₃, ditolak. Dengan demikian dapat dikatakan ukuran perusahaan, umur perusahaan, *leverage* dan *media exposure* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

4. HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Statistik Deskriptif

Berdasarkan tabel 3 di atas, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel dependen penelitian memiliki rata-rata sebesar 0,1507 dengan standar deviasi 0,8694. Nilai CSR yang paling tinggi (maksimum) dan paling rendah (minimum) adalah 0,81 dan 0,038. *Political Visibility* sebagai variabel independen (X₁) memiliki rata-rata sebesar 0,4466 dengan standar deviasi 0,49795. Nilai *Political Visibility* 46 atau 44,67% untuk perusahaan berkategori *High profile*, dan 57 atau 55,33% perusahaan yang berkategori

Low Profile. Leverage (X_2) memiliki nilai rata-rata 1,5246 dengan standar deviasi sebesar 1,88718. *Leverage* tertinggi (maksimum) adalah 10,13 dan terendah (minimum) adalah 0,04. Kepemilikan Saham Institusional (X_3) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,6391 dengan standar deviasi sebesar 0,22365. Kepemilikan Saham Institusional (maksimum) yaitu 0,99 dan terendah (minimum) yaitu 0,25.

4.2. Uji Asumsi Klasik

4.2.1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas menunjukkan level signifikan lebih besar dari α ($\alpha = 0,05$) yaitu $0,153 > 0,05$ yang berarti bahwa data telah terdistribusi secara normal setelah dilakukan penghapusan beberapa data ekstrim dan outlier. Sampel sebanyak 103 dikali dengan 3 tahun adalah 309, dan akibat dari penghapusan beberapa data ekstrim dan outlier maka sampel dari data penelitian ini menjadi N 300.

4.2.2. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil perhitungan nilai *tolerance* dan VIF. Nilai *tolerance* untuk variabel *Political Visibility* (X_1) sebesar 0,939 dengan nilai VIF sebesar 1,065. Untuk variabel *Leverage* (X_2) mempunyai nilai *tolerance* sebesar 0,944 dengan nilai VIF sebesar 1,059. Untuk variabel Kepemilikan Institusional (X_3) nilai *tolerance* sebesar 0,993 dengan nilai VIF sebesar 1,007. Masing-masing variabel independen tersebut memiliki angka *tolerance* diatas 0,1 dan VIF < 10, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen.

4.2.3. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan tabel 7 di atas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan

masing-masing variabel menunjukkan level sig > α 0,05 yaitu 0.148 untuk *Political Visibility, Leverage* sebesar 0.071, Kepemilikan Institusional sebesar 0.635. Jadi dapat disimpulkan penelitian ini bebas dari gejala heterokedastisitas dan layak untuk diteliti.

4.2.4. Uji Autokorelasi

Berdasarkan uji autokorelasi ditemukan bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 2,010 berada pada kisaran 2,47 – 2,90 yang berarti bahwa variabel terbebas dari autokorelasi. Adapun hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

4.3. Hasil Analisis Data

4.3.1. Analisis Regresi Berganda

Dari pengolahan data statistik di atas maka diperoleh persamaan regresi linear sebagai berikut:

$$Y = 0,43 + 0,005(X_1) - 0.002(X_2) - 0.004(X_3)$$

Angka yang dihasilkan dari pengujian tersebut dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta (α)

Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 0,131. Hal ini berarti bahwa jika variabel-variabel independen tidak ada, maka besarnya Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang terjadi adalah sebesar 0,131.

b. Koefisien Regresi (β) X_1

Nilai koefisien regresi variabel *Political visibility* sebesar 0.018. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan tingkat *Political visibility* akan mengakibatkan kenaikan

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebesar 0.018.

c. Koefisien Regresi (β) X_2

Nilai koefisien regresi variabel *Leverage* sebesar 0.004. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan *Leverage* akan mengakibatkan kenaikan *Corporate Social Responsibility* sebesar -0.004.

d. Koefisien Regresi (β) X_3

Nilai koefisien regresi variabel Kepemilikan Institusional sebesar -0.008. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Kepemilikan Institusional akan mengakibatkan penurunan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebesar -0.004.

4.3.2. Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Nilai *Adjusted R Square* menunjukkan 0,029. Hal ini mengindikasikan bahwa kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 2,90% sedangkan 97,10% ditentukan oleh faktor lain.

4.3.3. Uji F

Berdasarkan hasil uji ANOVA atau uji F pada tabel dibawah ini terlihat bahwa nilai sebesar 4.028 dan nilai *sig* sebesar 0,008 . Dengan menggunakan tingkat α (alfa) 0,05 atau 5%, Uji F dilakukan untuk menguji apakah secara simultan (bersama-sama) variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dengan baik dan untuk menguji apakah model yang digunakan telah *fix* atau tidak. Kriteria pengujiannya adalah jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < 0,05$. Apabila telah memenuhi kriteria maka model dapat

digunakan. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai $sig (0,904) > \alpha 0,05$ dan $F_{hitung} < F_{tabel} (4,028 > 2,634113)$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ukuran *Political visibility*, *Leverage* dan Kepemilikan Institusional secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

4.4. Uji Hipotesis

4.4.1. Pengujian Hipotesis pertama (H_1)

Variabel *Political Visibility* (X_1) pada tabel 12 memiliki nilai $t_{hitung} 3,048 > t_{tabel} 1.968011$ dan nilai $sig (0,03) < \alpha (0.05)$ serta nilai koefisien β sebesar 0.018 dengan arah positif. Hal ini menunjukkan variabel *political visibility* berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sehingga dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis 1 diterima**.

4.4.2. Pengujian Hipotesis Kedua (H_2)

Variabel *Leverage* (X_2) pada tabel 10 memiliki nilai $t_{hitung} 2,280 > -t_{tabel} 1,968011$ dan nilai $sig (0,023) < \alpha (0,05)$ serta nilai koefisien β sebesar 0,004. Hal ini menunjukkan variabel *leverage* berpengaruh signifikan memiliki arah positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sehingga dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis 2 diterima**.

4.4.3. Pengujian Hipotesis Ketiga (H_3)

Variabel Kepemilikan Institusional (X_3) pada tabel 10

memiliki nilai $-t_{hitung} -0,629 < -t_{tabel} 1,968011$ dan nilai $sig (0,530) > \alpha (0,05)$ serta nilai koefisien β sebesar 0,013. Hal ini menunjukkan variable Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh signifikan dan memiliki arah negatif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sehingga dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis 3 ditolak.**

4.5. Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hasil penelitian sesuai dengan tujuan penelitian. Hasil pembahasan akan diuraikan dibawah ini.

4.5.1. Pengaruh *Political Visibility* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan uji hipotesis pertama, penelitian ini menghasilkan *political visibility* yang berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel *political visibility* memiliki nilai $t_{hitung} 3,048 > t_{tabel} 1,968011$ dan nilai $sig (0,03) < \alpha (0,05)$ serta nilai koefisien β sebesar 0,018 dengan arah positif. Artinya, profil perusahaan *high profil* maupun *low profil* mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yang akan tercermin dalam laporan tahunan.

Hackston & Milne (1996) dalam Indrawati (2009) mendefinisikan industri yang *high-profile* adalah industri yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politis yang tinggi atau menghadapi persaingan yang tinggi. Perusahaan yang memiliki aktivitas ekonomi yang memodifikasi lingkungan seperti industri ekstraktif, lebih mungkin mengungkapkan informasi

mengenai dampak lingkungan dibandingkan industri yang lain.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Sembiring (2005), bahwa terdapat hubungan sistematis antara *profile* perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini dikaitkan dengan variasi dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, sehingga umumnya bahwa perusahaan yang memiliki dampak yang besar terhadap lingkungan dan masyarakat akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial.

Perusahaan *high profile*, pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Masyarakat umumnya lebih sensitif terhadap tipe industri ini karena kelalaian perusahaan dalam pengamanan proses produksi dan hasil produksi dapat membawa dampak yang besar bagi masyarakat. Perusahaan *low-profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya.

4.5.2. Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan uji hipotesis kedua, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage*

berpengaruh signifikan dan memiliki arah positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel *leverage* memiliki nilai $t_{hitung} 2,280 > -t_{tabel} 1,968011$ dan nilai $sig (0,023) < \alpha (0,05)$ serta nilai koefisien β sebesar 0,004. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya *leverage* suatu perusahaan akan mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Brigham (2006) menyebutkan bahwa rasio *leverage* berhubungan dengan keputusan pendanaan dimana perusahaan lebih memilih pembiayaan hutang dibandingkan dengan modal sendiri. Rasio ini juga menunjukkan seberapa besar perusahaan dibiayai oleh pihak luar atau kreditor. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, termasuk di dalamnya tentang informasi tambahan pengungkapan *corporate social responsibility*

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Marzully (2012) yang mengatakan bahwa Perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi. Sesuai dengan teori legitimasi maka, perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi mempunyai kewajiban yang lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditornya termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial. Tingkat *leverage* merupakan kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain.

Perusahaan dengan *leverage*

tinggi akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang makin banyak. Hal ini disebabkan perusahaan dengan *leverage* tinggi memiliki tekanan yang lebih besar dari bank, kreditor, investor sehingga perusahaan berupaya untuk melonggarkan tekanan ini dengan cara melakukan banyak *disclose*. Dengan diberikan *disclose* informasi seperti CSR diharapkan pihak-pihak seperti kreditor dan investor dapat melihat hal tersebut sebagai jaminan atas *going concern* perusahaan sehingga haknya sebagai kreditor dan investor tetap terjamin dan tidak memberikan tekanan yang lebih besar ke perusahaan.

4.5.3. Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan uji hipotesis ketiga, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan saham institusional tidak berpengaruh signifikan dan memiliki arah negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel Kepemilikan Institusional memiliki nilai $-t_{hitung} -0,629 < -t_{tabel} 1,968011$ dan nilai $sig (0,530) > \alpha (0,05)$ serta nilai koefisien β sebesar 0,013. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya kepemilikan saham institusional suatu perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Barnae dan Rubin (2005), dan Kasmadi dan Djoko (2006). Hal ini mencerminkan kepemilikan

institusi di Indonesia belum mempertimbangkan tanggung jawab sosial sebagai salah satu kriteria dalam melakukan investasi sehingga para investor institusi ini cenderung tidak menekan perusahaan untuk mengungkapkan CSR secara detail dalam laporan tahunan perusahaan. Penelitian ini menemukan adanya hubungan negatif antara kepemilikan saham institusional dengan pengungkapan CSR. Artinya semakin tinggi tingkat kepemilikan saham oleh institusi maka akan mengurangi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Hal ini mungkin disebabkan karena selama ini investor institusional hanya bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan pribadi saja tanpa memedulikan tanggung jawab perusahaan pada *stakeholders* lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini menolak hipotesis ketiga.

Hal ini berlawanan dengan teori, Matoussi dan Chakroun (2008) menyatakan bahwa perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar lebih mampu untuk memonitor kinerja manajemen. Investor institusional memiliki *power* dan *experience* serta bertanggungjawab dalam menerapkan prinsip *corporate governance* untuk melindungi hak dan kepentingan seluruh pemegang saham sehingga mereka menuntut perusahaan untuk melakukan komunikasi secara transparan. Dengan demikian, kepemilikan institusional dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas pengungkapan sukarela. Hal ini

berarti kepemilikan institusional dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan pengungkapan CSR.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah *political visibility*, *leverage* dan kepemilikan saham institusional pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012 sampai tahun 2014 dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* pada laporan tahunan. Berdasarkan hasil temuan penelitian dan pengujian hipotesis yang diajukan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa :

1. *Political visibility* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Profil perusahaan baik dilihat dari *high profile* maupun *low profile* akan mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* lebih luas.
2. *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sehingga tinggi atau rendahnya *leverage* perusahaan akan mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*

perusahaan tersebut dalam laporan tahunan.

3. Kepemilikan saham institusional tidak berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sehingga tinggi atau rendahnya kepemilikan saham institusional perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan tersebut dalam laporan tahunan.

5.2. Keterbatasan Penelitian

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

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan terdapatnya unsur subjektivitas dalam menentukan indeks pengungkapan. Hal ini dikarenakan tidak adanya ketentuan baku yang dapat dijadikan acuan, sehingga penentuan indeks pengungkapan dapat berbeda untuk setiap peneliti.
2. Nilai *adjusted R-Square* yang rendah yaitu sebesar 0,029 / 0,29% menunjukkan bahwa masih sangat banyak variabel lain yang

memiliki kontribusi yang besar dalam mempengaruhi pengungkapan sukarela pada laporan tahunan perusahaan.

3. Versi pengukuran pengungkapan CSR yang di proksikan dari *Global Reporting Initiative (GRI)* masih menggunakan versi 3 tahun 2006 dengan 79 item pengungkapan.

5.3. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka penulis memberikan saran sebagai berikut.

1. Bagi perusahaan (*high profile*) yang memiliki jenis usaha yang berkaitan langsung dengan penggunaan sumber daya alam seperti industri, pertambangan, maupun manufaktur sebaiknya lebih banyak untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaanya.
2. Bagi perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* tinggi maka perusahaan mempunyai kewajiban yang lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi krediturnya termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial.
3. Investor institusional jangan hanya bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan pribadi saja tanpa mempedulikan tanggung jawab

perusahaan pada *stakeholders* lain. kepemilikan institusional yang besar lebih mampu untuk memonitor kinerja manajemen. Investor institusional memiliki *power* dan *experience* serta bertanggungjawab dalam menerapkan prinsip *corporate governance* untuk melindungi hak dan kepentingan seluruh pemegang saham sehingga mereka menuntut perusahaan untuk melakukan komunikasi secara transparan.

Bagi penelitian selanjutnya yang tertarik untuk meneliti judul yang sama sebaiknya mempertimbangkan dan mencari variabel independen lain yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, seperti : ukuran dewan komisaris, profitabilitas, manajemen laba, kinerja lingkungan, likuiditas, *growth*, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisusilo, Pramudito. 2011. Pengaruh Pengungkapan Informasi *Corporate Social Responsibility* Dalam Laporan Keuangan Terhadap *Earning Respinse Coefficient*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- 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.
- Barnae, Amir dan Amir Rubin. 2005. Corporate Social Responsibility as a Conflict between Shareholders. *www.ssrn.com*.
- Belal, R Ataur & Mahmood Momin. 2009. "Corporate Social Reporting (CSR) in Emerging Economies : a review and future direction". *Research in Accounting in Emerging Economies* . Brasil : Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- Belkaoui, Ahmed and Philip G. Karpik. 1989. Determinants of the Corporate Decision to Disclosure Social Information. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol.2, No.1, p.36-51.
- Brigham, Eugene F and Joel F.Houston. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, alih bahasa Ali Akbar Yulianto. Buku satu, Edisi sepuluh. Jakarta: Salemba Empat
- Eriandani, Rizky. 2013. "Pengaruh Institusional Ownership dan Managerial Ownership terhadap Pengungkapan CSR pada Laporan Tahunan Studi Empiris Perusahaan Manufaktur". *Simposium Nasional Akuntansi XVI* . Manado : Universitas Sam Ratulangi.

- Fahmi, Irham. (2012). *Analisis Kinerja Keuangan: Panduan Bagi Akademisi, Manajer, dan Investor Untuk Menilai dan Menganalisis Bisnis Dari Aspek Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali Imam dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hackstone, David and Markus J. Milne. 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. *Accounting Auditing and Accountability Journal*. Vol.9, No.1, p.77-108
- Harmono. 2011. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- <https://www.globalreporting.org>. Diakses pada Tanggal 16 Maret 2016.
- Ibrahim, Mohd Sabrun, Faizah Darus, Haslinda Yusoff and Rusnah Muhamad. 2015. "Analysis of Earnings Management Practices and Sustainability Reporting for Corporations that offer Islamic Products & Services": *International Conference On Financial Criminology* ; Wadham College, Oxford, United Kingdom.
- Idris. 2010. *Aplikasi SPSS Dalam Analisis Data Kuantitatif*. Padang. FE UNP.
- Indrawati, Novita. 2009. Pengungkapan Corporate Social Responsibility dalam *Annual Report* serta Pengaruh *Political Visibility* dan *Economic Performance*. *Pekbis Jurnal*,1(1), h:1-11.Jakarta: Grasindo.
- Kamla, Rania. 2007. "Critically Appreciating Social Accounting and Reporting in the Arab Middle East : A Postcolonial Perspective". *Advances in International Accounting Vol 20 No. 105-177*. Heriot Watt University.
- Kasmadi, dan Djoko Susanto. 2006. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan Perusahaan-Perusahaan di Indonesia". Yogyakarta: STIE YKPN.
- Kasmir, DR. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Kuncoro, Mudrajad. 2011. *Metode Kuantitatif : Teori dan Aplikasi untuk Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN
- Kusuma, Yuli. 2014. Pengaruh Struktur Kepemilikan Dan *Political Visibility* Pada Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, E-jurnal akuntansi Vo. 9.1, Bali: Universitas Udayana.
- Lako, Andreas. 2011. *Dekonstruksi CSR & Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi*. Jakarta: Erlangga.
- Linda, Santoso dan Erlene Chandra (2012), "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Umur Perusahaan dan Dewan Komisaris Independen dalam Pengungkapan Corporate Social Responsibility". *Jurnal*

- Bisnis dan Akuntansi, Vol 14 no 1*. Hal : 17-30.
- Marzully, Nur dan Denies Priantinah. (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, Vol 1, No 1*.
- Matoussi, Hamadi, dan Chakroun, Raida. 2008. "Board Composition, ownership Structure and Voluntary Disclosure in Annual Reports: Evidence from Tunisia". *Laboratoire Interdisciplinaire de Gestion Universite-Enterprise (LIGUE)*.
- Moser, Donald V & Patrick R Martin. 2012. "A Broader Social Perspective on Corporate Social Responsibility Research in Accounting". *The Accounting Review Vol 87 No. 3*. University of Pittsburgh.
- Mursalim. 2007. "Simultanitas Aktivisme institusional, Struktur Kepemilikan, Kebijakan Dividen dan Utang dalam Mengurangi Konflik Keagenan". Makalah disampaikan pada *Simposium Nasional Akuntansi X*. Makasar. Positif. *JAAI*, 6(1), h:83-101.
- news.okezone.com. Diakses pada Tanggal 16 Maret 2016.
- Nurlela, Rika dan Islahuddin. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan dengan presentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating*. Simposium Nasional Akuntansi XI, Pontianak, 23-24 Juli.
- PSAK No.1 Tahun 2009 tentang Penyajian Laporan Keuangan.
- Putri, Dwi Cynthia. 2013. "Pengaruh *Corporate Governance* Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam *Sustainability Report*". Padang: FE UNP.
- Rustiarini, Ni Wayan. 2010. Pengaruh *Corporate Governance* ada Hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto*.
- Saleh, Mustaruddin, Norhayah Zulkifli, Rusnah Muhamad. 2009. "*Corporate Social Responsibility Disclosure and Its Relation on Institutional Ownership*". *Manajerial Auditing journal*, Vol. 25, No. 6, pp. 591-613.
- Sari, dan Zuhrotun. 2006. "Keinformatifan Laba di Pasar Obligasi dan Saham: Uji Liquidation Option Hypothesis". *Simposium Nasional Akuntansi 9*, Padang
- Sembiring, Eddy Rismanda. (2005). "Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta". *Simposium Nasional*

- Akuntansi VIII Solo*. Hlm 379-395.
- Soewardjono. 2005. *Teori Akuntansi : Perekayasa Pelaporan Keuangan Edisi Ketiga*. Yogyakarta: BPFE.
- Sugiono, Arief. (2009). *Manajemen Keuangan: Untuk Praktisi Keuangan*.
- Sumedi, A.M.P.K. 2010. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Laporan Tahunan di Indonesia". Semarang: Universitas Diponegoro.
- Tatang, A.G. 2002. *Pilihan-Pilihan Akuntansi dalam Aplikasi Teori Akuntansi*
- Terzaghi, Muhammad Titan. (2012). "Pengaruh *Earning Management* dan Mekanisme *Corporate Governance* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*, Vol 2 No. 1.
- Umar, Husein. 2004. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka.
- Undang-Undang RI Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Untung, Hendrik Budi. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Utami, Sri dan Sawitri Dwi Prastiti. (2011). "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Social Disclosure*". *Jurnal Ekonomi Bisnis*, TH. 16, No. 1
- Wahyudi, Isa dan Busya Azheri. 2008. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang: In-Trans Publisng.
- Widarjono, Agus. 2007. *Ekonometrika Teori dan Aplikasi Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Ekonisia.
- World Bank. "Public Policy for Corporate Social Responsibility". http://info.worldbank.org/etools/docs/library/57434/public_policy_econferen ce.pdf. (Diakses 24 Maret 2016).
- www.beritajatim.com. Diakses pada Tanggal 16 Maret 2016.
- www.csrindonesia.com. Diakses pada Tanggal 16 Maret 2016.
- www.idx.co.id. Diakses pada Tanggal 24 Maret 2016.

Tabel Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	309	.04	.81	.1507	.08694
PV	309	.00	1.00	.4466	.49795
LEV	309	.00	10.48	1.5246	1.88718
INSTITUSION AL	309	.25	3.30	.6391	.22365
Valid N (listwise)	309				

Sumber : Data Olahan SPSS 2016

Tabel Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		300
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^a	Std. Deviation	.04991147
Most Extreme	Absolute	.065
Differences	Positive	.065
	Negative	-.035
Kolmogorov-Smirnov Z		1.133
Asymp. Sig. (2-tailed)		.153
a. Test distribution is Normal.		

Tabel Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.131	.009		13.902	.000		
PV	.018	.006	.179	3.048	.003	.939	1.065
LEV	.004	.002	.134	2.280	.023	.944	1.059
INSTITUSIONAL	-.008	.013	-.036	-.629	.530	.993	1.007

a. Dependent Variable: CSR

Sumber : Data Olahan SPSS 2016

Tabel Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.043	.005		7.918	.000
PV	.005	.003	.086	1.449	.148
LEV	-.002	.001	-.107	-1.812	.071
INSTITUSIONAL	-.004	.007	-.027	-.475	.635

a. Dependent Variable: ABS

Sumber : Data Olahan SPSS 2016

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.198 ^a	.039	.029	.05016	2.010

a. Predictors: (Constant), INSTITUSIONAL, LEV, PV

b. Dependent Variable: CSR

Sumber : Data Olahan SPSS 2016

Tabel Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.198 ^a	.039	.029	.05016

a. Predictors: (Constant), INSTITUSIONAL, LEV, PV

b. Dependent Variable: CSR

Sumber : Data Olahan SPSS 2016