

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Kebijakan *Corporate Social Responsibility* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)

**Mujairimi
Mohammad Idris**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan kebijakan *corporate social responsibility* (CSR) pada *Apparel And Other* yang terdaftar di BEI. Penelitian ini menguji 4 variabel independen yaitu Profitabilitas (X1), Ukuran Dewan Komisaris (X2), Ukuran Perusahaan (X3) variabel dependen yaitu pengungkapan kebijakan *corporate social responsibility* (CSR) (Y). Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan *Apparel And Other* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2015. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F dan uji t dengan tingkat signifikan $> 0,05$. Rincian sebagai berikut: nilai signifikan F $0,261 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *profitabilitas*, ukuran dewan komisaris, dan ukuran perusahaan secara simultan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan kebijakan *corporate social responsibility* (CSR), variabel *Profitabilitas*, ukuran dewan komisaris dan variabel Ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Kata Kunci: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Profitabilitas*, Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran perusahaan.

PENDAHULUAN

Saat ini perusahaan berbagai sektor bisnis khususnya sektor industri sebagian besar mengklaim bahwa perusahaan mereka yang telah melaksanakan kewajiban sosialnya terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Hal ini perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan karena kegiatan industri terutama yang bergerak dibidang pemanfaatan sumber daya alam baik secara langsung atau tidak langsung tentunya sangat memberikan dampak pada lingkungan sekitar seperti halnya, masalah polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini cukup memberikan perhatian yang sangat serius seiring dengan dampak-dampak ataupun sering terjadinya kasus eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu gagasan teoritis tentang perlunya hubungan harmonis antara perusahaan dengan lingkungan masyarakat dimana sebuah perusahaan beroperasi. CSR dapat di definisikan sebagai tanggung jawab

perusahaan terhadap sosial yang bersifat moralitas terutama kepada komunitas atau masyarakat disekitar wilayah perusahaan berdiri dan beroperasi. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dipandang penting baik ada atau tidaknya aturan hukum untuk menjunjung tinggi moralitas dan etika. Parameter keberhasilan sebuah perusahaan adalah mengedepankannya moral dan etis perusahaan, yaitu mencapai keberhasilan tanpa adanya salah satu pihak yang dirugikan terutama kelompok atau masyarakat. Secara substansial *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dengan menjalin kerjasama antar *stackholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat disekitarnya.

Dengan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan nantinya akan memperoleh legitimasi sosial sehingga perusahaan dapat memaksimalkan kekuatan keuangan dalam jangka panjang melalui respon positif masyarakat. Pengungkapan CSR

dapat dibuktikan sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan serta merupakan alat manajerial yang digunakan untuk menghindari konflik terhadap masyarakat sekitar perusahaan.

Pentingnya pengungkapan CSR dibuktikan oleh IAI yang tertuang dalam PSAK No. 1 (Revisi 2009) paragraf 09 secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah lingkungan dan sosial yaitu “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup laporan nilai tambah, khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”.

Setiap perusahaan memiliki kebijakan yang berbeda-beda mengenai hal pengungkapan CSR sesuai kepada suatu karakteristik sebuah perusahaan itu sendiri. Diantara salah satu faktornya adalah *Profitabilitas* yang merupakan sebuah kekuatan perusahaan dalam mendapatkan laba, Dewan Komisaris yang merupakan elemen penting dalam tata kelola perusahaan yang bertugas mengawasi pelaksanaan aktifitas perusahaan sehingga terkelola sebagaimana mestinya, Dan Ukuran perusahaan yang merupakan variabel penduga yang paling digunakan untuk menjelaskan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pemikiran yang paling mendasar daripada *Corporate Social Responsibility (CSR)* ini adalah bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemilik saham (Kaum kapital) saja akan tetapi kepada pihak-pihak lain yang mempunyai kepentingan dalam sebuah perusahaan antara lain pelanggan, pegawai, supplier, kompetitor dan terlebih kepada lingkungan sosial dan masyarakat.

Pemilihan sampel perusahaan manufaktur diantaranya yang tergabung dalam *Apparel and other* yang terdaftar di BEI dikarenakan pelaksanaan CSR sudah lebih awal dan juga

perusahaan tersebut sangat berpengaruh terhadap dampak-dampak sosial.

Dari uraian diatas kami dapat merumuskan masalah yaitu:

1. Apakah *Profitabilitas* berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan *Apparel and other* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah dewan komisaris berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan *Apparel and other* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan *Apparel and other* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

Dimana tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari variabel *Profitabilitas*, ukuran dewan komisaris, dan ukuran perusahaan terhadap kebijakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

LANDASAN TEORI

Yuliani (2003) yang meneliti pengaruh dari ukuran perusahaan, *Profitabilitas*, dan tipe industri terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan lingkungan dalam laporan tahun perusahaan yang listing di BEI tahun 2001 dari 44 perusahaan. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa variabel ukuran perusahaan yang diprosikan dengan penjualan bersih dan tipe industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan, sedangkan variabel *Profitabilitas* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian selanjutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005). Penelitian tersebut berusaha menguji pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan

CSR di perusahaan Indonesia. Faktor-faktor dalam penelitian ini meliputi variabel ukuran perusahaan, profile perusahaan, ukuran dewan komisaris, *Profitabilitas*, dan *leverage* perusahaan sebagai variabel independen. Hasil penelitian Sembiring (2005) berhasil membuktikan bahwa ukuran perusahaan, profile perusahaan, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan di Indonesia, sedangkan variabel *leverage* dan *Profitabilitas* tidak mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan di Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Sitepu dan Siregar (2008) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Kedua peneliti menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang listing di BEJ pada tahun 2007. Variabel-variabel independen yang digunakan adalah ukuran dewan komisaris, *financial leverage*, ukuran perusahaan, dan *Profitabilitas*. Sedangkan variabel dependennya adalah pengungkapan informasi sosial. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa variabel ukuran perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Variabel lainnya yaitu ukuran dewan komisaris dan *Profitabilitas* memperlihatkan hasil yang sebaliknya kedua variabel ini secara signifikan mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang listing di BEJ pada tahun 2007.

Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Teori *Stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah suatu organisasi yang hanya sekedar bertanggung jawab terhadap para pemilik (*shareholders*) namun juga harus mementingkan dan memberi manfaat kepada para *stakeholder*-nya (pemegang saham, konsumen, investor, kreditor, *supplier*, pemerintah, masyarakat dan pihak-pihak lain yang berkepentingan dengan perusahaan). Hummels (1998) mendefinisikan :

Stakeholder are individuals and groups who have legitimate claim on the organization to participate in the decision making process simply because they are affected by the organization" practices, policies and actions.

Stakeholder merupakan individu, sekelompok manusia, komunitas atau masyarakat baik secara keseluruhan maupun secara parsial yang memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan. Perusahaan merupakan bagian dari sistem nilai sosial yang ada dalam sebuah wilayah baik yang bersifat lokal, nasional, maupun internasional berarti perusahaan merupakan bagian dari masyarakat secara keseluruhan. Agar perusahaan mampu berkembang dan bertahan lama di dalam masyarakat maka perusahaan membutuhkan dukungan dari para *stakeholder*-nya. Para *stakeholder* memerlukan beragam informasi terkait kebijakan serta aktivitas perusahaan yang nantinya akan digunakan dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu perusahaan akan berusaha untuk memberikan semua informasi yang dibutuhkan perusahaan untuk mencari dukungan dari para *stakeholder*-nya. Salah satu Informasi ini adalah informasi yang berhubungan dengan aktivitas tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan.

Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)

Teori Legitimasi menyatakan bahwa organisasi secara berkelanjutan harus memastikan apakah mereka telah beroperasi di dalam norma-norma yang dijunjung tinggi masyarakat dan memastikan bahwa aktivitas mereka (perusahaan) bisa diterima oleh pihak luar perusahaan. Deegan (2002) mendefinisikan teori legitimasi sebagai:

"Sebuah kondisi atau status yang ada ketika sistem nilai entitas kongruen dengan sistem nilai masyarakat yang lebih luas dimana masyarakat menjadi bagiannya. Ketika suatu perbedaan, baik yang nyata atau potensial ada diantara kedua sistem nilai tersebut, maka akan muncul ancaman terhadap legitimasi perusahaan."

Legitimasi organisasi dapat diterima sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang ingin dicari atau diharapkan perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi memiliki manfaat untuk mendukung keberlangsungan hidup perusahaan (*going concern*). Legitimasi merupakan hal yang sangat diinginkan oleh perusahaan. Legitimasi penting untuk menjamin arus modal masuk, tenaga kerja, dan kebutuhan pelanggan untuk kelangsungan hidup perusahaan. Seringkali keberadaan atau eksistensi perusahaan bersinggungan langsung dengan masyarakat, jika perusahaan ingin diterima oleh masyarakat maka perusahaan harus menyesuaikan diri dengan norma yang berlaku di dalam masyarakat. Kegiatan operasional perusahaan seringkali mempengaruhi masyarakat sekitarnya. Top management sebagai pihak yang paling bertanggung jawab terhadap kegiatan operasional perusahaan harus bertanggung jawab terhadap masyarakat dan berusaha untuk memperoleh kesesuaian antara tindakan dan nilai-nilai yang ada di masyarakat umum dan publik atau *stakeholder*-nya (Haniffa dan Cooke, 2005).

Keberadaan atau eksistensi perusahaan akan terwujud ketika keselarasan antara tindakan organisasi dan nilai-nilai dalam masyarakat berjalan sesuai dengan harapan. Namun jika tidak terjadi keselarasan maka akan menimbulkan perbedaan antara tindakan organisasi dengan nilai masyarakat yang dapat mengancam legitimasi perusahaan. Haniffa dan Cooke (2005) menjelaskan bahwa perbedaan antara organisasi dan nilai-nilai sosial dapat mengancam legitimasi yang menyebabkan berakhirnya eksistensi perusahaan.

Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) di Indonesia

Pengungkapan atau *Disclosure* dapat diartikan sebagai pemberian informasi bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap informasi tersebut (Ghazali dan Chariri, 2007). Terdapat tiga kriteria pengungkapan yang digunakan yaitu

cukup (*adequate*), wajar (*fair*), dan lengkap (*full*).

Pengungkapan pertama yaitu pengungkapan cukup artinya cakupan pengungkapan minimal yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah agar informasi yang disampaikan tidak menyesatkan. Pengungkapan wajar adalah tujuan etis dalam memberikan perlakuan yang sama dan bersifat umum terhadap semua pemakai informasi yang relevan. Pengungkapan lengkap adalah penyajian semua informasi yang relevan.

Anggraini (2006) menyatakan bahwa 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 sebagai pihak luar perusahaan 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. Oleh karena itu dalam perkembangan sekarang ini akuntansi konvensional telah banyak dikritik karena tidak dapat mengakomodir kepentingan masyarakat secara luas. Hal ini yang kemudian menyebabkan munculnya konsep akuntansi baru yang disebut sebagai *Social Responsibility Accounting (SRA)* atau Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial.

Kewajiban pengungkapan CSR telah diatur dalam beberapa ketentuan. Ketentuan pertama adalah ketentuan yang dikeluarkan oleh Bapepam No. Kep. 38/PM/1996. Ketentuan ini menyatakan ada 2 jenis pengungkapan yang digunakan di Indonesia. Pertama adalah pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*), yaitu informasi yang harus diungkapkan oleh emiten yang diatur oleh peraturan pasar modal di suatu negara. Sedangkan yang kedua adalah pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan sukarela berarti pengungkapan yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh standar

yang ada. Ketentuan atau regulasi ini tidak mengharuskan perusahaan melakukan pengungkapan. Oleh karena itu perusahaan memiliki kebebasan untuk mengungkapkan atau tidak mengungkapkan informasi sosialnya.

Chariri dan Ghazali (2007) mengungkapkan bahwa informasi diungkapkan dapat mengakibatkan kegagalan pasar, hal tersebut disebabkan karena adanya pembenaran akan intervensi pemerintah untuk memaksa perusahaan untuk melakukan pengungkapan. Pengungkapan itulah yang disebut pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*). Di Indonesia yang menjadi otoritas pengungkapan wajib adalah Bapepam (Badan Pengawas Pasar Modal).

Sedangkan ketentuan yang kedua yaitu ketentuan yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 19 No. 1 (revisi 2009) paragraf sembilan secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial, yaitu sebagai berikut : “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peran penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting” Pernyataan diatas mengisyaratkan bahwa aturan atau regulasi pemerintah mengenai pengungkapan telah disebutkan dengan jelas melalui keputusan Bapepam dan pernyataan Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) dalam PSAK No. 1 (revisi 2009). Hal ini dapat mendorong perusahaan untuk lebih mau mengungkapkan kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosialnya di dalam laporan tahunan (*annual report*).

Pernyataan mengenai kewajiban pengungkapan ini juga semakin dipertegas dengan ketentuan pemerintah dalam undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 Pasal 66 dan Pasal 74. Pasal 66 ayat (2) bagian C menyebutkan bahwa selain menyampaikan

laporan keuangan, perseroan terbatas juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pasal 74 menjelaskan kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam.

Pengungkapan di Indonesia sendiri telah mengacu pada berbagai standar pengungkapan yang digunakan negara-negara lain di seluruh dunia. Salah satunya standar pengungkapan dari *Global Reporting Initiative (GRI)*. GRI merupakan jaringan berbasis organisasi yang telah mempelopori perkembangan dunia, menggunakan kerangka laporan berkelanjutan paling banyak dan berkomitmen untuk terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia. Standar GRI digagas oleh PBB lewat *Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES)* dan UNEP pada tahun 1997.

Standart yang mengacu pada GRI (*Global Reporting Index*) membagi indikator kinerja menjadi 3 komponen utama yaitu, ekonomi, lingkungan hidup dan sosial yang menyangkut hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk dan masyarakat. Di dalam indeks GRI dijelaskan indikator-indikator tentang beberapa kategori CSR yang mencakup 79 indikator yang terdiri dari 9 indikator ekonomi, 30 indikator lingkungan hidup, 14 indikator praktik tenaga kerja, 9 indikator hak asasi manusia, 8 indikator kemasyarakatan, dan 9 indikator terkait tanggung jawab produk.

Pada setiap kategori pengungkapan GRI tersebut terdiri dari beberapa item sehingga sehingga apabila dijumlahkan totalnya menjadi 79 item. Masing-masing item pada tiap kategori pengungkapan diberi skor 1 sehingga jika perusahaan mengungkapkan 1 item saja maka skor yang diperoleh adalah 1. Jadi jumlah skor maksimal jika perusahaan mengungkapkan semua item kategori pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah 79. Item-item yang disebutkan GRI *guidelines*, minimal harus mencakup antara lain :

1. Indikator kinerja ekonomi (*economics*)
2. Indikator kinerja lingkungan hidup (*environment*)
3. Indikator kinerja praktik ketengakerjaan dan lingkungan (*labour practices*)
4. Indikator kinerja hak asasi manusia (*human rights*)
5. Indikator kinerja praktik ketenagakerjaan dan lingkungan (*society*)
6. Indikator kinerja tanggung jawab produk (*product responsibility*)

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan

A. *Profitabilitas*

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan dengan penjualan, total aktiva, dan ekuitas. Pengukuran *Profitabilitas* merupakan aktivitas yang membuat manajemen menjadi lebih bebas dan fleksibel dalam mengungkapkan pertanggungjawaban sosial perusahaan kepada pemegang saham. Semakin tinggi tingkat *Profitabilitas* perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan (Zaleha, 2005). Para peneliti terdahulu banyak yang mendasarkan penelitian mengenai pengaruh *Profitabilitas* dengan *stakeholder theory* yang mengakui adanya hubungan antara kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dengan *Profitabilitas* perusahaan yang bersangkutan. Manajemen perusahaan yang memiliki pemahaman dan pengetahuan mengelola perusahaan dengan baik akan mampu menciptakan *profit* atau keuntungan. Hal ini yang membuat manajemen perusahaan akan lebih memahami pentingnya tanggung jawab sosial untuk diungkapkan di dalam laporan tambahan atau laporan tahunan perusahaan.

Dalam hubungannya dengan tanggung jawab sosial perusahaan, *Profitabilitas*

dijelaskan ketika suatu perusahaan memiliki laba yang tinggi, maka perusahaan tidak disarankan untuk melaporkan hal-hal yang mengganggu tentang suksesnya keuangan perusahaan. Sebaliknya ketika *Profitabilitas* perusahaan rendah maka perusahaan berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan. Hal ini menggambarkan keberagaman hasil penelitian terkait hubungan *Profitabilitas* dengan pengungkapan. Mengingat ketidakkonsistenan dari hasil penelitian terdahulumaka dalam penelitian ini peneliti akan menguji kembali pengaruh dari *Profitabilitas* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan di Bursa Efek Indonesia (BEI).

B. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan salah satu elemen penting bagi tata kelola perusahaan yang bertugas mengawasi pelaksanaan aktivitas perusahaan sehingga dikelola dengan semestinya oleh agen mereka. Di Indonesia mekanisme pengangkatan dan pemberhentian dewan komisaris harus mendapat persetujuan dari Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Menurut Undang-Undang No. 40 Th. 2007 dewan komisaris bertugas memberikan pengarahan dan nasehat kepada direksi dan memastikan bahwa direksi telah melaksanakan *Good Corporate Governance (GCG)* dalam aktivitas bisnisnya.

Dewan komisaris sebagai organ perusahaan bertugas dan bertanggung jawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan *corporate governance* yang baik. Namun, dewan komisaris tidak boleh ikut serta dalam pengambilan keputusan operasional.

Fungsi pengawasan dan pemberian nasihat oleh dewan komisaris mencakup tindakan pencegahan, perbaikan, sampai dengan pemberhentian direksi secara sementara. Dewan komisaris sebagai puncak dari sistem pengelolaan internal perusahaan, memiliki peranan terhadap aktivitas pengawasan. Komposisi dewan komisaris akan menentukan kebijakan perusahaan termasuk praktik dan pengungkapan CSR.

Keberadaan komisaris independen dapat mendorong dewan komisaris mengambil keputusan secara objektif yang melindungi seluruh pemangku kepentingan. Jika dikaitkan dengan teori agensi maka ukuran atau jumlah dewan komisaris yang semakin besar akan memudahkan perusahaan dalam mengawasi dan memonitoring tindakan yang dilakukan manajemen dengan efektif. Selain itu juga, tekanan yang akan dihadapi dewan komisaris juga semakin besar. Hal ini mengakibatkan dewan komisaris harus bertindak dengan memberi dorongan kepada manajemen untuk mengungkapkan pengungkapan tanggung jawab sosial lebih luas.

C. Ukuran Perusahaan (*Firm's Size*)

Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Secara umum perusahaan besar memiliki kelengkapan informasi yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan tersebut untuk melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan kata lain semakin besar aset suatu perusahaan maka akan semakin besar tanggung jawab sosialnya, dan hal ini akan dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga pengungkapannya juga semakin luas (Siregar, 2001).

Sembiring (2005) menyatakan bahwa perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Oleh karena itu pengungkapan informasi sosial yang lebih luas sengaja dilakukan oleh perusahaan besar sebagai upaya perusahaan untuk mengurangi biaya-biaya politis tersebut. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diprosikan dengan nilai *log total asset*.

Hipotesis

- H1 : *Profitabilitas* (X1) perusahaan berpengaruh positif terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Y)
- H2 : Ukuran dewan komisaris (X2) perusahaan berpengaruh positif terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Y).
- H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh (X) positif terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Y).

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan mengambil laporan keuangan perusahaan manufaktur yang tergabung dalam *Apparel And Other* dan telah dipublikasikan selama periode 2012-2015. Dengan melakukan akses internet/browsing ke website www.idx.co.id dan terdapat total data sampel sebanyak 32. Setelah mengumpulkan semua data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan serangkaian tahap penghitungan dan pengolahan data tersebut, agar dapat mendukung hipotesis yang telah diajukan. Adapun tahap-tahap penghitungan dan pengolahan data sebagai berikut:

1. Menghitung karakteristik implementasi *CSR Disclosure* perusahaan yang diprosikan dalam variabel *Profitabilitas*, ukuran dewan komisaris, dan ukuran perusahaan.
2. Menghitung indeks CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan atau laporan berkelanjutan (*Sustainability Report*) perusahaan dengan pedoman item pengungkapan CSR dari GRI.
3. Menghitung model regresi

Untuk menguji hipotesis digunakan model regresi linier berganda. Metode regresi linier berganda dilakukan terhadap model yang diajukan peneliti dengan menggunakan software SPSS Versi 20. 0 untuk mengetahui pengaruh antar variabel terikat dan variabel bebas. Pengujian masing-masing hipotesis dilakukan dengan menguji masing masing koefisien regresi dengan uji t. Model regresi linear berganda ditunjukkan oleh persamaan berikut ini :

$$Y = \alpha + \beta_2ROA + \beta_3KOM + \beta_4LOG_ASSET + \varepsilon ..$$

Keterangan

- Y : Jumlah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
 α : konstanta
 ROA : *Profitabilitas*
 KOM : Ukuran dewan komisaris
 LOG_ASSET : ukuran perusahaan

HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis data dengan menggunakan SPSS 20 yaitu dengan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikoloniaritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskidastisitas), uji regresi berganda, dan uji hipotesis (uji statistik t).

Analisis pertama yang dilakukan adalah memilih perusahaan yang sesuai dengan kriteria sampel yaitu perusahaan manufaktur yang tergabung dalam *Apparel And Other* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015, yang mempunyai data lengkap untuk variabel yang di teliti selama periode penelitian. Setelah didapatkan data perusahaan yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan peneliti, data tersebut dijadikan sampel dan kemudian dihitung. Dari data tersebut dilakukan Uji Statistik T dengan menggunakan model regresi linier berganda program *SPSS 20.0 for windows*.

Penelitian ini menggunakan tehnik *Purposive sampling* yaitu metode pengamatan dengan maksud tertentu. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI), *fact book*, dll.

Uji Statistik Deskriptif

Data yang diperoleh dari hasil penelitian diolah terlebih dahulu agar dapat dianalisa dan dapat digunakan untuk pengujian hipotesis. Langkah-langkah pengolahan data yang penulis lakukan dengan mengolah data dari indeks CSR, ROA, Ukuran Dewan Komisaris, dan Ukuran Perusahaan yang sudah ada dan mengolah data pada periode terkait untuk mendapatkan rata-rata variabel tahun 2012-2015. Dibawah ini tabel 4.1 hasil uji statistik deskriptif.

Tabel 4.1

Hasil uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics			
	N	Minimum	Maximum
Profitabilitas	32	-10.00	3.00
Dewan komisaris	32	3.00	9.00
Ukuran perusahaan	32	24.00	33.00
CSR	32	-3.00	.00
Valid N (listwise)	32		

Sumber : Data diolah dengan Spss 20. 0.

Berdasarkan tabel diatas nilai N menunjukkan banyaknya data yang digunakan dalam penelitian yaitu berupa sejumlah sampel dalam penelitian selama periode 2012-2015. Sampel tersebut berupa perusahaan manufaktur yang tergabung dalam *Apparel And Other* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memenuhi kriteria sampling.

Hasil pengujian statistik *deskriptif* pada perusahaan manufaktur yang tergabung dalam *Apparel And Other* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia menunjukkan bahwa *Profitabilitas* minimum 10,00 dan maksimum 3,00 dengan nilai rata-rata 2.7188 dan *standard deviasi* 2.09815.

Hasil pengujian statistik *deskriptif* pada perusahaan manufaktur yang tergabung dalam *Apparel And Other* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia menunjukkan bahwa *Dewan komisaris* minimum 3,00 dan maksimum 9,00 dengan nilai rata-rata 4,3750 dengan *standard deviasi* sebesar 1,73670.

Hasil pengujian statistik *deskriptif* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan minimum 24,00 dan maksimum 33,00 dengan nilai rata-rata 27,1562 dengan *standard deviasi* sebesar 1,66771.

Hasil pengujian statistik *deskriptif* pada perusahaan manufaktur yang tergabung dalam *Apparel And Other* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia menunjukkan bahwa CSR minimum 3,00 dan maksimum 0,00 dengan nilai rata-rata 1,7500 dengan *standard deviasi* sebesar 0,91581.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas data, uji multikolonearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Suatu data dikatakan mempunyai distribusi normal jika mempunyai *Asymptotic significance* $> 0,05$. Dari tabel *One sample kolmogorov smimov* diketahui untuk variabel *Profitabilitas* 0,168, untuk variabel *Dewan komisaris* 0,082, untuk variabel *Ukuran perusahaan* 0,182, dan untuk variabel

CSR 0,063, sehingga dapat dikatakan semua data berdistribusi normal. Dibawah ini adalah tabel hasil uji *Normalitas*.

Tabel 4.2
Hasil uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov			
		Profitabilitas	Dewan komisaris
N		32	32
Normal Parameters ^a	Mean	-2.7188	4.3750
	Std. Deviation	2.09815	1.73670
Most Extreme Differences	Absolute	.197	.22
	Positive	.147	.22
	Negative	-.197	-.21
Kolmogorov-Smirnov Z		1.113	1.26
Asymp. Sig. (2-tailed)		.168	.08

Sumber : data diolah dengan Spss 20.0 2016

2. Uji Multikolonearitas

Uji Multikolonearitas dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel bebas. Jika antar variabel bebas saling berkorelasi, maka akan sulit menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Untuk menguji multikolonearitas dapat dilakukan dengan melihat VIF dan angka *tolerance*, jika $VIF < 10$ dan angka *tolerance* $> 0,10$, maka tidak terjadi multikolonearitas. Hasil uji multikolonearitas dapat dilihat di tabel *coefficient* berikut.

Tabel 4.3
Uji Multikolonearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Profitabilitas	.540	1.852
Dewan komisaris	.963	1.039

Ukuran perusahaan	.554
-------------------	------

Sumber : data diolah dengan
Spss 20.0 2016

diantara 1,10 – 1,54 dengan nilai R Square 0,131. Adjusted R Square 0,038. Std Error of the Square 0,89826 Sehingga regresi berganda pada penelitian ini tidak terkena *autokorelasi*.

Berdasarkan hasil uji Multikolinearitas diketahui bahwa variabel *Profitabilitas* memiliki VIF sebesar $1,851 < 10$ dengan nilai toleransi sebesar $0,540 > 0,10$, variabel Dewan komisaris memiliki nilai VIF sebesar $1,039 < 10$ dengan nilai toleransi sebesar $0,963 > 0,10$, dan variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai VIF sebesar $1,805 < 10$ dengan dengan nilai toleransi sebesar $0,554 > 0,10$. Sehingga dapat dikatakan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini, bebas dari multikolinearitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui korelasi antar anggota serangkaian data observasi baik data *time series* maupun *cross sectional*. Terjadinya autokorelasi menyebabkan uji F dan uji T menjadi tidak akurat. Untuk mendeteksi autokorelasi, dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin Watson* (DW). Jika angka DW sebesar < 1.10 maka ada autokorelasi, jika antara 1.10-1.54 maka tanpa kesimpulan, jika 1.55-2.46 tidak ada autokorelasi, jika 2.46-2.9 tanpa kesimpulan dan jika > 2.9 ada autokorelasi. Dibawah ini adalah tabel hasil uji *Autokorelasi*.

Tabel 4.4

Hasil uji Autokorelasi

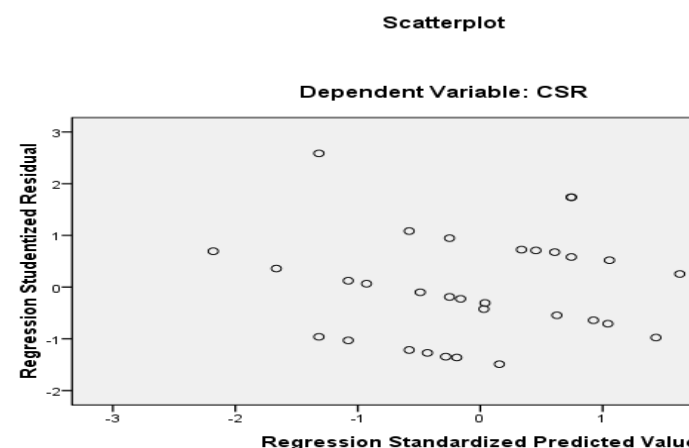
Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.362 ^a	.131	.038	0.89826

Sumber : data diolah dengan
Spss 20. 0 2016

Berdasarkan hasil uji Autokorelasi pada penelitian ini diketahui bahwa nilai DW sebesar $1,261 > 1.10$ dan berada

4. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah variasi residual tidak sama untuk semua pengamatan. Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena *variance* berbeda antara satu observasi ke observasi yang lain. Mendeteksi heterokedastisitas dengan metode Rank Spearman Cprrelation yaitu dengan meregresikan variabel – variabel bebas dengan variabel pengganggu (residual). Uji heterokedastisitas dapat dilihat dari plot gambar residual yang acak atau tidak berpola, yang berrarti bebas dari heterokedastisitas.



Gambar 4.1 : Hasil uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil uji Heterokedastisitas pada penelitian ini diketahui bahwa Durbin dan ScatterPlot/Estimate Watson tidak membentuk pola. Sehingga penelitian ini dapat dikatakan bebas dari heterokedastisitas.

Hasil Uji Hipotesis

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

variabel dependen. Signifikansi model regresi pada penelitian ini diuji dengan melihat nilai signifikansi (sig.) yang ada di tabel 4.5 selengkapnya mengenai hasil uji F penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square
1	Regression	3.408	3	1.136
	Residual	22.592	28	.807
	Total	26.000	31	

Sumber : data diolah dengan Spss 20.0 2016

Berdasarkan hasil uji f diketahui bahwa nilai signifikan f $0,261 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *profitabilitas*, ukuran dewan komisaris, dan ukuran perusahaan secara simultan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan kebijakan *corporate social responsibility* (CSR).

Hasil uji t dapat dilihat dari nilai signifikansi *Profitabilitas*, ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan dalam menerangkan variabel dependen yaitu *corporate social responsibility* pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.6
Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T
	B	Std. Error	Beta	
1 (Constant)	4.222	3.372		1.252
Profitabilitas	-.195	.105	-.446	-1.862
Dewan komisaris	.030	.095	.057	.316
Ukuran perusahaan	-.244	.130	-.445	-1.879

Sumber : data diolah dengan Spss 20.0 2016

1. Uji Profitabilitas

Berdasarkan hasil uji T pada penelitian ini diketahui bahwa variabel *Profitabilitas* memiliki nilai t-hitung sebesar 1,862. Jika di bandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 2,024 maka t-hitung yang diperoleh lebih kecil dari nilai t-tabel dengan nilai signifikansi sebesar $0,073 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Profitabilitas* tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR). Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliani (2003) bahwa tingginya profit yang dihasilkan perusahaan belum tentu mempengaruhi pengungkapan kebijakan *corporate social responsibility* (CSR).

2. Uji Ukuran Dewan Komisaris

Berdasarkan hasil uji T pada penelitian ini diketahui bahwa variabel Ukuran dewan komisaris memiliki nilai t-hitung sebesar 0,316. Jika di bandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 2,024 maka t-hitung yang diperoleh lebih kecil dari nilai t-tabel dengan nilai signifikansi sebesar $0,0754 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR). Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliani (2003) bahwa banyaknya dewan komisaris perusahaan belum tentu mempengaruhi pengungkapan kebijakan *corporate social responsibility* (CSR). Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliani (2003) bahwa banyaknya dewan komisaris perusahaan belum tentu mempengaruhi pengungkapan kebijakan *corporate social responsibility* (CSR).

Berdasarkan hasil uji T pada penelitian ini diketahui bahwa variabel Ukuran perusahaan memiliki nilai t-hitung sebesar 1,879. Jika di bandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 2,024 maka t-hitung yang diperoleh lebih kecil dari nilai t-tabel dengan nilai signifikansi sebesar $0,071 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan *Corporate social respocibility* (CSR). Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Sitepu dan Siregar (2008) bahwa ukuran perusahaan belum tentu mempengaruhi pengungkapan kebijakan *corporate social responcebiliti* (CSR.)

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Profitabilitas*, variabel Dewan komisaris, variabel Ukuran perusahaan dan variabel CSR terbebas dari asumsi klasik. Sehingga dapat dilanjutkan pada uji hipotesis, sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji f pada tabel diketahui bahwa variabel *profitabilitas*, ukuran dewan komisaris, dan ukuran perusahaan secara simultan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan kebijakan *corporate social responcebility* (CSR).
2. Berdasarkan hasil uji T pada penelitian ini diketahui bahwa variabel *Profitabilitas*, ukuran dewan komisaris dan variabel Ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan pengungkapan *Corporate Social Responcebility* (CSR).

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia dan Ratnasari. 2007. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kelengkapan Pengungkapan Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI. Jurnal Akuntansi Dan Pemerintahan. Vol 1. No 2. 2007.
- Anggraini, Retno, 2006. Pengungkapan Informasi Social Dan Factor – Factor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Social Dalam Laporan Tahunan (Studi Empiris Pada Perusahaan – Perusahaan Yang Terdaftar di BEI. Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang. 2006.
- Cahyonowati, Nur. 2003. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. Simposium Nasional Akuntansi IV. 2003.
- Deegan. Craig. 2002. Environmental disclosure and share price a discussion about efforts to study this relationship. Accounting Forum. Vol.28 pp.122-136.
- Febrina, dan Suaryana. 2011. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Kebijakan Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia . Simposium Nasional Akuntansi XIV Aceh. 2011.
- Ghozali dan Chariri, 2007. Teori Akuntansi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI). 2009. Pernyataan akuntansi keuangan (PSAK). NO. 1 Revisi 2009. Penyajian laporan keuangan. IAI. Jakarta.
- Novita, dan Djakman. 2008. Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) Pada Laporan Tahunan Perusahaan Publik Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2006. Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak. 2008.
- Purnasiwi. 2011. Analisis Pengaruh Size, *Profitabilitas* Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan pada Utang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi, VI, hal. 248-259. 2005.
- Siregar, Syofian. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta. Kencana Pernada Media Group.
- Sitepu, dan Siregar. 2008. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dalam Laporan Tahunan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta. Jurnal Program Studi Akuntansi. Fakultas Ekonomi. Universitas Sumatera Utara.
- Yuliani, Rahma. 2003. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Praktek Pengungkapan Sosial Dan Lingkungan Di Indonesia. Tesis. Program Pasca Sarjana Magister Akuntansi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Zaleha. 2005. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial Dan Laporan Tahunan Perusahaan Go Public Di BEI Tahun 2003. Skripsi S1 Program Akuntansi. Universitas Diponegoro. Semarang.

www.idx.co.id

www.globalreporting.org