

PENGARUH *SIZE*, PROFITABILITAS, *PROFILE*, LEVERAGE DAN UKURAN DEWAN KOMISARIS TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA

Dewi Yulfaida, Zhulaikha¹

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

The motivation of this research about corporate social responsibility disclosure is due to a difference in the results of research (research gap) conducted by several previous studies. The purpose of this study is to empirically examine whether the size, profitability, profile, Leverage and the size of the commissioners board affect the disclosure of social responsibility in manufacturing companies that go public in Indonesia Stock Exchange. Population taken as the object of observation amounted to 148 manufacturing companies in Indonesia Stock Exchange in the period 2007-2010. Determination of the sample was made by applying purposive sampling method in which sampling was taken based on certain criteria. A sample of (n) = 39 companies has been obtained.

Keywords: size, profitability, profile, leverage, size of the board of commissioners and disclosure on corporate social responsibility

PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Dalam UU Perseroan Terbatas No. 40 Pasal 74 Tahun 2007, yang dimaksud menjalankan kegiatan usaha di bidang sumber daya alam adalah Perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam. Tanggung jawab sosial, ekonomi dan lingkungan merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran (Sukotjo, 2007).

Tanggung jawab sosial harus mendapatkan perhatian yang serius bagi dunia usaha. Masyarakat telah semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. Hal ini menuntut para pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya dengan semakin bertanggungjawab. Pelaku bisnis tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan dari lapangan usahanya, melainkan mereka juga diminta untuk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sosialnya. Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat tersebut memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pemahaman itu memberikan pedoman bahwa perusahaan tidak hanya sebagai entitas yang mementingkan dirinya sendiri untuk memperoleh keuntungan, namun perusahaan merupakan entitas yang wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Daniri, 2007).

¹ Nova Lili Entika, M Didik Ardiyanto

Informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi para investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan. Adanya informasi yang lengkap, akurat serta tepat waktu memungkinkan investor untuk melakukan pengambilan keputusan secara rasional sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Undang undang Pasar Modal No. 8 tahun 1995 pasal 1: Informasi atau fakta material adalah informasi atau fakta penting dan relevan mengenai peristiwa, kejadian atau fakta yang dapat mempengaruhi harga efek pada Bursa Efek, dan atau keputusan pemodal, calon pemodal atau pihak lain yang berkepentingan atas informasi atau fakta tersebut. Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Guthrie dan Mathews, 1985).

Menurut Gray *et al*, (2001) tumbuhnya kesadaran publik akan peran perusahaan di tengah masyarakat melahirkan kritik karena menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat *safety* produk, serta hak dan status tenaga kerja. Tekanan dari berbagai pihak memaksa perusahaan untuk menerima tanggung jawab atas dampak aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat. Perusahaan dihimbau untuk bertanggung jawab terhadap pihak yang lebih luas dari pada kelompok pemegang saham dan kreditur saja. Freedman (1962) dalam Gray *et al*, (2001) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan untuk memaksimalkan laba tidak secara universal lagi diterima.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menemukan bukti empiris pengaruh *size*, profitabilitas, *profile*, *Leverage* dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang go publik di Bursa Efek Indonesia.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Teori Keagenan (*Agency Theory*) Jensen dan Meckling (1976) menggambarkan hubungan *agency* sebagai suatu kontrak dibawah satu atau lebih (*prinsipal*) yang melibatkan orang lain (*agent*) untuk melaksanakan beberapa layanan bagi mereka dengan melibatkan pendelegasian wewenang pengambilan keputusan kepada agen. Pada tahun 1934, isu *good corporate governance* muncul karena terjadinya pemisahan antara kepemilikan dan pengelolaan perusahaan. Pemisahan ini memberikan kewenangan kepada pengelola (manajer/direksi) untuk mengurus jalannya perusahaan, seperti mengelola dana dan mengambil keputusan perusahaan atas nama pemilik (Berle dan Means, 1934 dalam Achmad, 2004). Hart (1995) juga mengungkapkan bahwa *corporate governance* diperlukan untuk mengurangi permasalahan keagenan antara pemilik dengan manajer, dan untuk menyamakan kepentingan antara pemilik perusahaan dengan pengelola perusahaan (Tri Gunarsih, 2003).

Teori Stakeholder (*stakeholder theory*) menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut. *Stakeholder* mengandalkan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu, kemampuan *stakeholder* ditentukan oleh kemampuan yang mereka miliki atas sumber tersebut. Kemampuan tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi

konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (Deegan, 2000 dalam Anis Chariri, 2008).

Teori legitimasi (*legitimacy theory*) menyatakan bahwa hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku dengan memperhatikan lingkungan Dowling dan Pfeffer, 1975 dalam Anis Chariri, 2008 menyatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan stakeholder dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin powerful *stakeholder*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan (*Size*) terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Size perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini terkait dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung pengaruh *size* perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) menemukan adanya pengaruh positif *size* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hossain, Islam dan Andrew (2006) tidak menemukan adanya pengaruh *size* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari pernyataan diatas maka hipotesis pertama penelitian yaitu :

H1 : Size perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham [Heinze (1976) dalam Hackston & Milne (1996)], sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Hossain, Islam dan Andrew (2006) menemukan adanya pengaruh *size* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Florence Devina, L. Suryanto & Zulaikha (2006); Sembiring (2005) tidak menemukan adanya pengaruh positif profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari pernyataan diatas maka hipotesis kedua penelitian yaitu :

H2 : Profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Profile terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dalam membedakan industri *high profile* dan *low profile*, Robert (1992) menggambarkan *high profile* industri sebagai perusahaan yang dalam pandangan konsumen mempunyai resiko politis yang lebih tinggi atau berkonsentrasi dalam persaingan yang ketat. Penelitian terdahulu yang mencakup *profile* industri telah merangkap suatu hubungan sistematis antara karakteristik ini dengan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Preston (1977) menyatakan bahwa kegiatan ekonomi perusahaan yang memodifikasi lingkungan, seperti industri pertambangan lebih banyak

mengungkapkan informasi tentang dampak lingkungan mereka dibanding perusahaan jenis industri lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) menemukan adanya pengaruh positif *profile* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari pernyataan diatas maka hipotesis ketiga penelitian yaitu :

H3 : Profile perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi berarti sangat tergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat *leverage* perusahaan dengan demikian menggambarkan resiko keuangan perusahaan (Sembiring, 2005). Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Meckling, 1976 dalam Angraini 2006).

Penelitian yang dilakukan oleh Hossain, Islam dan Andrew (2006) menemukan adanya pengaruh negatif pada *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sembiring (2005); Fr. Reni Retno Angraini (2006); Sitepu dan Siregar (2008) tidak menemukan adanya pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari pernyataan diatas maka hipotesis keempat penelitian yaitu :

H4 : Leverage perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dewan Komisaris yang terdiri dari *inside* dan *outside director* akan memiliki akses informasi khusus berharga yang dapat membantu dewan komisaris dan menjadikannya sebagai alat efektif dalam keputusan pengendalian (Fama, 1980; Fama dan Jensen, 1983; Klein 1998 dalam Beasley, 2001). Komposisi individu yang bekerja sebagai anggota dewan komisaris merupakan hal penting dalam memonitor aktivitas manajemen secara efektif. Semakin banyak dewan komisaris di perusahaan akan semakin banyak kontribusi dan saran untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari kewajiban perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005); Sitepu dan Siregar (2008) menemukan adanya pengaruh positif ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut, maka hipotesis kelima penelitian yaitu :

H5 : Ukuran Dewan Komisaris perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen terdiri dari *Firm Size*, Profitabilitas, *Profile*, *Leverage* dan Ukuran Dewan Komisaris

Firm Size adalah ukuran perusahaan yang dapat diukur dengan jumlah aktiva (aktiva tetap, aktiva tidak berwujud, dan aktiva lain-lain), jumlah penjualan, atau jumlah tenaga

kerja yang dimiliki perusahaan sampai akhir periode pelaporan keuangan. Dalam penelitian ini digunakan logaritma total asset sebagai ukuran untuk *size* perusahaan (Sembiring, 2005).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Profitabilitas dalam penelitian ini akan menggunakan proksi rasio *earning per share* (EPS) dengan Earning Before Interest and Tax (EBIT) seperti Belkaoui dan Karpik (1996, dalam Sembiring 2005).

Profile merupakan pandangan masyarakat tentang karakteristik yang dimiliki perusahaan berkaitan dengan bidang usaha, resiko, karyawan yang dimiliki dan lingkungan perusahaan. Dalam penelitian ini variabel *profile* merupakan variabel *Dummy* yang akan digunakan untuk mengklasifikasikan *high-profile* dan *lowprofile*. *High-profile* akan diberi nilai 1 dan nilai 0 diberikan untuk perusahaan yang *low-profile*.

Leverage adalah rasio untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai asset perusahaan. *Leverage* yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan pengukuran yang dibuat oleh Robert (1992) yaitu *debt to equity ratio*.

Ukuran Dewan Komisaris adalah banyaknya jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan. Ukuran dewan komisaris yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan Beasley (2000) yaitu jumlah anggota dewan komisaris.

Sedangkan variabel dependen dari penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial diukur dengan proksi CSRI (Corporate Social Responsibility Index). Mengacu pada penelitian Haniffa *et al* (2005) dalam Sayekti dan Wondabio (2007), maka pengukuran variabel CSRI menggunakan *content analysis* yang mengukur CSRI. mengelompokkan informasi CSR ke dalam kategori: Lingkungan, Energi, Tenaga Kerja, Produk, Keterlibatan Masyarakat, dan Umum. Total *item* CSR sebanyak 78. Check list dilakukan untuk setiap item yang diungkapkan oleh perusahaan. Total check list dihitung untuk mendapatkan jumlah item yang diungkapkan perusahaan. Indeks pengungkapan masing-masing perusahaan kemudian dihitung dengan jumlah item yang diharapkan diungkapkan perusahaan sesuai dengan sektor industri perusahaan tersebut

Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang tercatat (*go-public*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) seperti yang tercantum dalam *Indonesian Capital Market Directory 2007 - 2010*. Penggunaan perusahaan yang tercatat di BEI sebagai populasi karena perusahaan tersebut mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan tahunan kepada pihak luar perusahaan, sehingga memungkinkan data laporan tahunan tersebut diperoleh dalam penelitian ini.

Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan yang dipilih berdasarkan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan data berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Adapun kriteria-kriterianya yaitu :

- 1) Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2007 – 2010.
- 2) Perusahaan menerbitkan laporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan laporan ukuran dewan komisaris untuk periode akuntansi tahun 2007 – 2010

Metode Analisis

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

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana:

- Y = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial (CSD)
a = *Intercept* (konstanta)
 b_1, \dots, b_8 = Koefisien regresi dari setiap variabel independen

- X₁ = Total Asset (SIZE)
- X₂ = Pendapatan per-lembar saham (EPS)
- X₃ = Profile
- X₄ = Rasio hutang terhadap modal sendiri
- X₅ = Ukuran dewan komisaris
- e = Error (kesalahan/gangguan)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Sampel Penelitian

Populasi yang dijadikan obyek pengamatan berjumlah 148 perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2007-2010. Penentuan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling* dimana pengambilan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, diperoleh sampel sebanyak (n) = 39 perusahaan dengan kriteria sebagai berikut :

Tabel 1
Sampel Penelitian
Perusahaan di BEI Periode Tahun 2007-2010

No.	Keterangan	Jumlah Perusahaan	Prosentase
1	Perusahaan manufaktur yang pada tahun 2007-2010 telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).	148	100%
2	Perusahaan manufaktur yang pada tahun 2007-2010 tidak terdapat laporan keuangan dan laporan tahunan yang lengkap	93	61,6%
3	Perusahaan <i>go public</i> yang tidak mengungkapkan pertanggung jawaban sosial perusahaan (CSR) dalam laporan tahunannya.	19	12,6%
Sampel		39	25,8%
Jumlah data selama 4 tahun		156	

Tabel 2
Statistik Deskriptif Data Penelitian

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Size	156	21.84	31.81	28.0807	1.94031
Profitabilitas	156	-.43956	1.57197	.0145625	.13370681
Leverage	156	-4.41	216.26	3.4787	18.30744
Ukuran Dewan Komisaris	156	2.00	11.00	4.8718	2.03745
CSRI	156	.04	.26	.1085	.04865
Valid N (listwise)	156				

Profile

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid .00	64	41.0	41.0	41.0
1.00	92	59.0	59.0	100.0
Total	156	100.0	100.0	

Deskripsi Variabel

Berdasarkan tabel 2 di atas bahwa distribusi data penelitian pada variabel bebas (*Size*, Profitabilitas, *Profile*, *Leverage*, dan Ukuran Dewan Komisaris) dan variabel terikat (Indeks Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial / CSRI). Nilai rata-rata (*mean*) pada variabel Ukuran Perusahaan (*Size*) yang diukur dengan menggunakan Logaritma Natural Total Asset sebesar Rp. 28,0807; nilai minimum sebesar Rp. 21,84 dan nilai maksimum sebesar Rp. 31,81. Nilai rata-rata (*mean*) pada variabel Profitabilitas yang diukur dengan *earning per share* dibagi dengan *earning before interest and tax* sebesar Rp. 0,0145625; nilai minimum sebesar - Rp. 0,43956 dan nilai maksimum sebesar Rp. 1,57197. Nilai rata-rata (*mean*) pada variabel *Leverage* sebesar 3,4787%; nilai minimum sebesar -4,41% dan nilai maksimum sebesar 216,26%. Nilai rata-rata (*mean*) pada variabel Ukuran Dewan Komisaris Independen sebesar 4,8718; nilai minimum sebesar 2 orang dan nilai maksimum sebesar 11 orang. Nilai rata-rata (*mean*) pada variabel CSRI sebesar 0,1085; nilai minimum sebesar 0,04 dan nilai maksimum sebesar 0,26. Data deskriptif variabel *Profile* diukur dengan kategori *high-profile* dan *lowprofile*. *High-profile* akan diberi nilai 1 dan nilai 0 diberikan untuk perusahaan yang *low-profile*. Dari data menunjukkan terdapat 64 perusahaan yang *low profile* dan 92 perusahaan dengan kategori *high profile*.

Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam uji hipotesis ini dilakukan dengan uji t (secara parsial/individual) dan uji F (secara simultan/bersama-sama). Uji hipotesis t atau uji secara individual (parsial) pada variabel bebas variabel bebas : *Size*, Profitabilitas, *Profile*, *Leverage*, dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap CSRI (Y).

Tabel 3
Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.120	.075		-1.609	.110
	Size	.008	.003	.316	2.685	.008
	Profitabilitas	.014	.030	.037	.461	.646
	Profile	-.011	.009	-.113	-1.172	.243
	Leverage	3.34E-006	.000	.001	.016	.987
	Ukuran Dewan Komisaris	.003	.003	.105	.972	.333

a. Dependent Variable: CSRI

Pengaruh *Size* terhadap CSRI hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh nilai t hitung sebesar 2,685 dan nilai probabilitas (sig.) sebesar 0,008 artinya *Size* (Ukuran Perusahaan) berpengaruh signifikan dan positif terhadap CSRI secara parsial. Dengan

demikian hipotesis yang menyatakan bahwa CSRI berpengaruh signifikan dan positif terhadap CSRI, diterima. Adanya pengaruh yang signifikan dan positif ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi Size maka akan semakin tinggi pula CSRI. Sebaliknya, semakin rendah Size maka akan semakin rendah pula CSRI. Ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh pada pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti sehingga pengungkapan tanggung jawab sosialnya akan lebih besar untuk pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) menemukan adanya hubungan antara size terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun penelitian oleh Hossain, M., K. Islam dan J. Andrew (2006) tidak menemukan adanya pengaruh size terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap CSRI hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh nilai t hitung sebesar 0,461 dan nilai probabilitas (*sig.*) sebesar 0,646 artinya Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap CSRI secara parsial. Tidak adanya pengaruh yang signifikan ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya Profitabilitas tidak berdampak pada nilai CSRI di perusahaan. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Devina, Suryanto & Zulaikha (2006); Sembiring (2005) tidak menemukan adanya pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian ini tidak sesuai dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Hossain, M., K. Islam dan J. Andrew (2006) menemukan adanya hubungan antara size terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh *Profile* terhadap CSRI hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh nilai t hitung sebesar -1,172 dan nilai probabilitas (*sig.*) sebesar 0,243 artinya Profile tidak berpengaruh signifikan terhadap CSRI secara parsial. Tidak adanya pengaruh yang signifikan ini mengindikasikan bahwa baik tidaknya Profile tidak berdampak pada nilai CSRI di perusahaan. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa Profile tidak berpengaruh signifikan terhadap CSRI secara parsial. Tidak adanya pengaruh yang signifikan ini mengindikasikan bahwa baik tidaknya Profile tidak berdampak pada nilai CSRI di perusahaan. Penelitian ini tidak sesuai dengan temuan yang dilakukan oleh Sembiring (2005) menemukan adanya hubungan antara profile terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Leverage terhadap CSRI hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh nilai t hitung sebesar 0,016 dan nilai probabilitas (*sig.*) sebesar 0,987 artinya Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap CSRI secara parsial. Tidak adanya pengaruh yang signifikan ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya hutang perusahaan yang diperoleh perusahaan dilihat dari rasio leverage tidak berdampak pada nilai CSRI di perusahaan. Penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005); Fr. Reni Retno Anggraini (2006); Sitepu dan Siregar (2008) tidak menemukan adanya pengaruh leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hossain, M., K. Islam dan J. Andrew (2006) menemukan adanya hubungan antara leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap CSRI hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh nilai t hitung sebesar 0,972 dan nilai probabilitas (*sig.*) sebesar 0,333 artinya Ukuran Dewan Komisaris Independen tidak berpengaruh signifikan terhadap CSRI secara parsial. Tidak adanya pengaruh yang signifikan ini mengindikasikan bahwa besar kecilnya ukuran dewan komisaris independen tidak berdampak tajam pada CSRI. Penelitian ini tidak sesuai dengan temuan yang dilakukan oleh Sembiring (2005); Sitepu dan Siregar (2008) menemukan adanya hubungan antara ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

KESIMPULAN DAN KETERBATASAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap hipotesis yang telah dirumuskan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Size* (Ukuran Perusahaan) berpengaruh signifikan dan positif terhadap CSRI secara parsial. Dengan demikian H1 yang menyatakan bahwa *Size* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, diterima. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap CSRI secara parsial. Dengan demikian H2 yang menyatakan bahwa *Profitabilitas* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ditolak. *Profile* tidak berpengaruh signifikan terhadap CSRI secara parsial. Dengan demikian H3 yang menyatakan bahwa *Profile* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ditolak. *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap CSRI secara parsial. Dengan demikian H4 yang menyatakan bahwa *Leverage* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ditolak. Ukuran Dewan Komisaris Independen tidak berpengaruh signifikan terhadap CSRI secara parsial. Dengan demikian H5 yang menyatakan bahwa *Ukuran Dewan Komisaris* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ditolak.

Keterbatasan dalam penelitian adalah variabel bebas dalam penelitian ini antara lain : *Size*, Profitabilitas, *Profile*, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris. Sedangkan variabel terikatnya adalah CSRI. Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat hanya mampu menjelaskan sebesar 8,4%, sehingga perlu menambah variabel bebas lain.

REFERENSI

- Adam, C.A., W.Y. Hill, and C.B. Roberts, (1998), "Corporate Social Reporting Practices in Western Europe", *British Accounting Review*, Vol. 30 No. 1 pp 1-21.
- Anggraini, Fr. Reni Retno. 2006. " Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan". *Simposium Nasional Akuntansi (SNA) IX*. Padang. 23-26 Agustus.
- Basamalah, Anies S. and Johny Jermias 2005. " Social and Environment Reporting and Auditing in Indonesia : Maintaining Organizational Legitimacy". *Gadjah Mada International Journal of Business January – April 2005 Vol. 7 No. 1*.
- Beasley, Mark S, (1996), "An Empirical Analysis of the Relation Between the Board of Director Composition and Financial Statement Fraud", *The Accounting Review*, Vol. 71 No. 4 pp 443-465
- Beasley, Mark S, (2001), "Relationships Between Board Characteristics and Voluntary Improvement in Audit Committee Composition and Experience", *Contemporary Accounting Research*, Winter, Vol. 18 No. 4 pp 545-570
- Belkaoui, A. and Karpik, P.G. (1989), "Determinants Of The Corporate Decision To Disclose Social Information", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 2 No. 1, pp. 36-51.
- Chariri, Anis (2008), "Kritik Sosial Atas Pemakaian Teori Dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan", *Jurnal Maksi* Vol.8 No:2 Agustus 2008:151-169
- Coller, P., and A. Gregory, (1999), "Audit Committee Activity and Agency Costs", *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol 18 (4-5) pp 311-332



- Cormier, D. and Magnan, M. (1999) "Corporate Environmental Disclosure Strategies: Determinants, Costs and Benefit", *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, Vol. 14, No.4, pp.429-451
- Cowen, S.S., Ferreri, L.B. and Parker, L.D. (1987), "The Impact Of Corporate Characteristics On Social Responsibility Disclosure: A Typology And Frequency-Based Analysis", *Accounting, Organisations and Society*, Vol. 12 No. 2, pp. 111-22.
- Daniri, Mas Achmad, (2007). "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) dalam Laporan Keuangan", Jakarta : Ray Indonesia.
- Darwin, Ali, (2004). "Penerapan Sustainability Reporting di Indonesia"., *Konvensi Nasional Akuntansi V*, Yogyakarta 13-15 Desember.
- Devina, Suryanto dan Zulaikha., (2004). "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Publik Di Bursa Efek Jakarta"., *Journal of Maksi*, Vol 4 Agustus 2004, pp 161-176.
- Donovan, Gary and Kathy Gibson, (2000). Environmental Disclosure in the Corporate Annual Report: A Longitudinal Australian Study. *Paper for Presentation in the 6th Interdisciplinary Environmental Association Conference*, Montreal, Canada.
- Freedman, M. and Jaggi. M. (1988), "An analysis of the association between pollution disclosure and economic performance", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 1 No. 2, pp. 43-58.
- Ghozali, Imam (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gray, R., Javad, M., Power, David M., and Sinclair C. Donald., (2001). "Social And Environmental Disclosure, And Corporate Characteristic: A Research Note And Extension"., *Journal of Business Finance and Accounting*, Vol 28 No. 3, pp 327-356.
- Hackston, David and Milne, Marcus J., (1996). " Some Determinants Of Social And Environmental Disclosures In New Zealand Companies", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 9, No. 1, pp. 77-108
- Hasibuan, Rizal (2001). "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial" *Tesis*, Universitas Diponegoro, Semarang
- Henny dan Murtanto., (2001). "Analisis Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan", *Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi*, Vol. 1, no. 2, hal. 21-48
- Hossain, M., Islam K. and Andrew J. 2006. "Corporate Social and Environmental Disclosure in Developing Countries: Evidence from Bangladesh". *Journal of University of Wollongong*.
- Jensen, Michael J. and William h. Meckling, (1976). "Theory of the firm : Managerial Behavior, Agency Cost, and Ownership Structure ", *Journal of Financial Economics* 3, 305-360.
- Mathews, M.R (1995). "Social and Environmental Accounting: A Practical Demonstration of Ethical Concern", *Journal of Business Ethics*, Vol. 14, pp 663-671



- Mathews, M.R.,(1985). “Twenty-Five Years Of Social And Environmental Accounting Researchis There A Silver Jubilee To Celebrate?”, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 10, No. 4, pp. 487-531
- 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 Tahun 2006”, *SNA XI*.
- Roberts, R.W. (1992), “Determinants Of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application Of Stakeholder Theory”, *Accounting, Organisations and Society*, Vol. 17 No. 6, pp. 595-612.
- Sembiring, Eddy Rismanda (2005), “Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta”, *SNAVIII Solo, 15-16 September 2005*.
- Sukotjo Hs, SH, *Pokok – Pokok Undang-Undang RI Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas*, Kantor Drs. A. Budidarmojo & Asc Business Development, 2007.
- Utomo, (2000). “Praktek Pengungkapan Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia”., *Proceedings Simposium Nasional Akuntansi 3*, hal. 99-122