

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL PADA PERUSAHAAN *HIGH PROFILE* YANG TERDAFTAR DI BEI

Tazkiyatun Nama' Alkhoiriyah.

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

ABSTRAK

Adanya kontradiksi antara teori mengenai tanggungjawab sosial dengan berbagai penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah alasan dilakukannya penelitian ini, selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk memverifikasi ulang tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perusahaan-perusahaan *high profile* untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial (CSR) pada laporan tahunan. Adapun faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini antara lain pengungkapan media, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas serta *leverage*. Pengukuran tanggungjawab sosial perusahaan didasarkan pada kategori GRI dan ISO 26000 tahun 2010.

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012 dan 2013. Total sampel penelitian berdasarkan kategori yang telah ditentukan adalah 55 perusahaan sementara periode pada penelitian ini adalah periode 2012-2013 sehingga diperoleh total sampel yang diteliti adalah 110 perusahaan. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan metode regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor ukuran perusahaan, profitabilitas serta *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR di Indonesia. Sementara itu, pengungkapan media dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR di Indonesia.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jalal (2013) dalam tulisan artikelnya mengatakan bahwa popularitas CSR tidak menjamin bahwa setiap pihak yang mengucapkannya itu paham betul atas substansi konsep tersebut. Sebagai konsep global, CSR memang dimaknai sangat beragam. Di Indonesia, 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. Pengungkapan informasi pelaksanaan kegiatan CSR telah dianjurkan dalam PSAK No.1 tentang Penyajian Laporan Keuangan, bagian Tanggung jawab atas Laporan Keuangan paragraf 09 akan tetapi standar akuntansi keuangan tersebut belum mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial terutama informasi mengenai tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, akibatnya yang terjadi di dalam praktik perusahaan hanya dengan sukarela mengungkapkannya.

Adapun letak perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulunya adalah pada penggunaan obyek, penggunaan indeks CSR yang didasarkan pada GRI ISO 26000 tahun 2010 serta variabel independennya yang memiliki perbedaan pada masing-masing penelitian sebelumnya. Objek yang dipilih dalam penelitian ini adalah perusahaan *high profile* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Menurut Hackston dan Milne (1996), perusahaan *high profile* adalah perusahaan dengan tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat risiko politik atau tingkat kompetisi yang ketat. Perusahaan yang tergolong dalam tipe perusahaan *high profile* pada umumnya mempunyai karakteristik: memiliki jumlah tenaga kerja yang besar dan dalam proses produksinya mengeluarkan residu seperti limbah cair atau polusi udara.

II. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.2 Teori Stakeholder

Salah seorang tokoh *stakeholders theory* yaitu Kenneth Andrews menyatakan bahwa eksekutif perusahaan sekarang ini termasuk orang yang tidak dapat membatasi dirinya hanya untuk menjalankan aktivitas ekonomi dan mengabaikan aspek sosial. Seorang manajer dan perusahaan tidak bisa lepas dari berbagai masalah sosial di lingkungannya. Oleh karena itu, para manajer harus menyadari bahwa suatu perusahaan adalah sebuah institusi publik dan manajemen yang dijalankan harus menurut pedoman nilai moral yang terkandung dalam kesadaran perusahaan itu sendiri. Diharapkan melalui *stakeholders theory* ini,

pihak manajemen perusahaan akan memasukkan nilai-nilai moralitas dalam setiap perencanaan dan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan aktivitas usahanya.

2.1.3. Teori Legitimasi

Perwujudan legitimasi dalam dunia bisnis dapat berupa pelaporan aktivitas sosial yang berupa CSR. Dowling dan Prefer (1975, p.122) dalam Ghozali dan Chariri (2007) memberikan alasan yang logis tentang legitimasi organisasi sebagai berikut:

”Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual dan potensial terjadi diantara kedua sistem tersebut, maka ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan.”

2.1.4 Teori Keagenan

Hubungan keagenan adalah sebuah kontrak antara *principal* dan *agen*. Inti dari hubungan keagenan adalah adanya pemisahan antara kepemilikan (pihak *principal*/pemegang saham) dan pengendalian (pihak *agent*/manajer). Pemegang saham memiliki harapan bahwa manajer akan menghasilkan *return* dari uang yang mereka investasikan. Di dalam hubungan keagenan terdapat suatu kontrak dimana satu orang atau lebih (*principal*) memerintah orang lain (*agen*) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal dan memberi wewenang kepada *agen* untuk membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal.

2.1.5 Teori Sustainability Korporasi (*Corporate Sustainability Theory*)

Dalam perspektif teori *corporate sustainability*, masyarakat dan lingkungan adalah pilar dasar dan utama yang menentukan keberhasilan bisnis suatu perusahaan sehingga harus selalu diproteksi dan diberdayakan:

“Diantara perusahaan-perusahaan yang saling berkompetisi dalam pasar modal, perusahaan yang dianggap memiliki ekspektasi laba tertinggi dimasa depan dan mengombinasikannya dengan ekspektasi risiko terendah yang berhubungan dengan lingkungan hidup dan faktor-faktor lain akan menjadi perusahaan yang paling berhasil dalam menarik dana jangka panjang”

2.1.6. Definisi Tanggungjawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*)

Draf 3 ISO 26000, 2010 *guidance on social responsibility*, mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab dari suatu organisasi untuk dampak–dampak dari keputusan-keputusan dan aktivitas di masyarakat dan lingkungan melalui transparansi dan perilaku etis yang konsisten dengan perkembangan berkelanjutan dan kesejahteraan dari masyarakat; pertimbangkan harapan *stakeholders*; sesuai dengan ketentuan hukum yang bisa diterapkan dan norma-norma internasional yang konsisten dari perilaku; dan terintegrasi sepanjang organisasi. Adapun penjelasan tersebut terdapat dalam Al Quran surat Al Qashash 77:

77. dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.

2.2. Hipotesis Penelitian

2.2.1 Pengungkapan Media

Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan dimata masyarakat. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis ketiga yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

H1: Pengungkapan Media berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2.2.2 Ukuran perusahaan (*Corporate size*)

Menurut Sembiring (2005), perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut: .

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2.2.3 Ukuran Dewan Komisaris

Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Oleh karena itu penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2.2.4 Profitabilitas

Dengan profitabilitas yang tinggi, akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSR. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Tingkat profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR.

2.2.5. Leverage

Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan informasi tanggungjawab sosial, supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H5 : Tingkat *leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap luas pengungkapan CSR.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan berkategori *high profile* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Pengukuran
Variabel dependen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Perusahaan mengungkapkan data yang berkaitan dengan aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan.	$CSRI_i = \frac{\sum X_{yi}}{ni}$
Variabel Independen:	Pengungkapan media (<i>website</i>) merupakan sarana bagi perusahaan	Variabel dummy: yaitu dengan menggunakan skala 1 jika

Pengungkapan Media	untuk menyampaikan informasi yang terkait dengan perusahaan tersebut.	perusahaan mengungkapkan dan skala 0 jika perusahaan tidak mengungkapkan
Ukuran Perusahaan	Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva. Jadi, ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan.	Log total aset yang dimiliki perusahaan
Ukuran dewan komisaris	Ukuran Dewan komisaris adalah jumlah wakil <i>shareholder</i> dalam perusahaan.	Jumlah anggota dewan komisaris
Profitabilitas (ROE)	Rasio yang digunakan untuk mengetahui tingkat pengembalian dari modal para pemegang saham yang telah diinvestasikan.	$= \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total ekuitas}}$
Leverage (DER)	Rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan menggunakan utang operasional perusahaan.	$= \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$

Data diolah (2014)

3.7.2 Model Penelitian

Hubungan antara karakteristik perusahaan dengan pengungkapan sosial perusahaan, diukur dengan rumus, sebagai berikut:

$$CSRI = \beta_0 + \beta_1 PM + \beta_2 UK + \beta_3 UDK + \beta_4 ROE + \beta_5 DER + \epsilon_{it}$$

Keterangan:

CSRI : Indeks pengungkapan CSR

PM : Pengungkapan media

UK : Ukuran perusahaan

UDK : Ukuran dewan komisaris

ROE : Profitabilitas, proksi ROE

DER : *Leverage*, proksi DER

ϵ_{it} : error term

IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian

Objek yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI tahun 2012-2013. Jumlah populasi perusahaan berkategori *high profile* yang penulis gunakan adalah 135 perusahaan *high profile*,

dari jumlah tersebut didapatkan 55 perusahaan yang memenuhi kriteria pengambilan sampel.

4.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.1 Normalitas

Dari hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,876. Karena nilai Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari alpha 5% (0,050) maka dapat dikatakan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

4.2.2 Multikolinieritas

Hasil perhitungan pada uji multikolinieritas diperoleh nilai *Tolerance* mendekati 1 sedangkan nilai VIF disekitar angka 1 dan tidak melebihi 10. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model regresi penelitian ini adalah terbebas dari multikolinieritas.

4.2.3 Heterokedastisitas

Hasil Uji Glejser menunjukkan tidak ada variabel independen yang signifikan pada level signifikansi 0,05. Hal ini berarti tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi tersebut. Hasil pengujian ini sejalan dengan grafik scatterplot.

4.2.4 Autokorelasi

Hasil pengujian asumsi autokorelasi dengan metode Durbin Watson didapatkan nilai DW sebesar 1,965 yang menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terdapat autokorelasi karena nilai DW berada pada daerah B, yaitu antara nilai dU (1,785) dan nilai 4-dU (2,215). Sehingga asumsi autokorelasi telah terpenuhi.

4.3. Pengujian Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *size*, profitabilitas, pengungkapan media, ukuran dewan komisaris dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Secara Simultan berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa besarnya *adjusted R²* adalah 0,479, F hitung sebesar 19.161 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai F hitung (19,161) yang lebih besar dari F

tabel (2,146) dan Sig F (0,000) yang lebih kecil dari 5% (0,050). Dari tabel tersebut juga dapat dilihat bahwa ada tiga variabel yang secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan ($p \leq 0,05$) terhadap pengungkapan CSR yaitu *size*, profitabilitas dan *leverage*.

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

CSR berdasarkan kategori *corporate social reporting* yang berdasarkan GRI ISO26000 Tahun 2010 terdapat tujuh kategori yakni tata kelola organisasi, kinerja lingkungan, pelibatan dan pengembangan masyarakat, isu konsumen, praktek kinerja, ketenagakerjaan dan hak asasi manusia. Dalam pengujian secara simultan tingkat pangaruh variabel independen terhadap pengungkapan CSR adalah 47,9% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Akan tetapi jika dilihat dari nilai signifikansi pada F diketahui sebesar 19,161. Secara parsial terdapat dua variabel yang tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yakni pengungkapan media serta ukuran dewan komisaris sedangkan ketiga variabel lainnya yakni profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aulia (2011) serta Marzully dan Denies (2012) yang menemukan bahwa pengungkapan media tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab social perusahaan. Faktor ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil pada penelitian ini sejalan dengan teori agensi dan teori legitimasi seperti yang dipaparkan Sembiring (2005). Dalam penelitian ini faktor ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan kata lain hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Marzully (2012), bahwa dewan komisaris

berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Faktor profitabilitas menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab social sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Dalam penelitian ini, *leverage* menunjukkan pengaruh yang cukup signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial hal tersebut sejalan dengan teori agensi.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini terletak unsur subjektivitas dalam menentukan penilaian indeks pengungkapan tanggung jawab sosial, selain itu media pengungkapan pada penelitian hanya menggunakan *website* perusahaan serta penggunaan periode penelitian yang hanya pada tahun 2012-2013.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas Lako. 2011. *Corporate Social Responsibility of Business*. Jakarta: Erlangga.
- Anggraini, Reni. 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, 23-26 Agustus.
- Azheri Busyro. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Diba, 2012. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah Terhadap Pengungkapan Laporan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Laporan Tahunan Di Indonesia*. Universitas Hasanuddin . Diunduh Pada Tanggal 4 April 2014.
- Djalal, 2013. *Membaca Kisah Perbaikan Pengembangan Masyarakat oleh Perusahaan*. <http://www.csrindonesia.com/publikasi/pub/artikel/item/116-habis-kisruh-terbitlah-ide-cemerlang> diakses pada tanggal 17 agustus 2014 pukul 01.05 WIB
- Ghozali dan Chariri, 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Undip: Semarang.
- Ghozali Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- GRI ISO 26000, 2010. *Bagaimana Menggunakan GRI dengan ISO 26000..* Diunduh pada Tanggal 16 September 2014.

- Hackston, D., dan M.J. Milne. 1996. *Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies*. Accounting, Auditing and Accountability Journal, Vol. 9, No. 1, hal 77-108.
- Hendriksen, Van Breda. 2002. *Teori Akunting*. Batam Centre: Interaksa.
- Harahap Syafri. 2002. *Teori Akuntansi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ismail Sholihin. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kristy, Agatha Aprinda. 2012. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Publik Di Indonesia*.
- Mudrajad Kuncoro, Ph.D. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Jakarta. Erlangga
- Latifah, Sri Wahjuni, A. Prasetyo, dan R.F. Rahardian. 2011. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kinerja Sosial berdasar ISO 26000 pada Perusahaan yang Termasuk dalam Indeks LQ-45". *Jurnal Nominal/ Volume 1 Nomor 1/*.
- Marzully; Denies. 2012. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia)* *Jurnal Nominal / Volume I Nomor I / Tahun 2012*. Diunduh Pada Tanggal 4 April 2014.
- Nasir; Kurnia & Hakri. 2013. *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas, Ukuran, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar Di BEI*. *Jurnal Nominal /Volume 21 Nomor 4 tahun 2013*. Diunduh pada Tanggal 16 September 2014.
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1*
- Pian, Mahatma. 2010. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Laporan Tahunan Di Indonesia*. Universitas Diponegoro. Diunduh Pada Tanggal 4 April 2014
- Saputro; Raharja. 2014. *Pengaruh Profitabilitas, Umur Perusahaan dan Kepemilikan Manajemen Terhadap Pengungkapan Sosial Berdasar ISO 26000 (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan dan Keuangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2012)* *Jurnal Nominal/ Volume 3 Nomor 1 Tahun 2014*. Diunduh Pada Tanggal 16 September 2014
- Sembiring, 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta. Simposium Nasional Akuntansi VIII 15-16 September*. Diunduh Pada Tanggal 4 April 2014
- Suwardjono. 2006. *Teori Akuntansi*. Yogyakarta: BPF.
- Undang-undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*. (online), (<http://www.bapepam.go.id/>, diakses 4 maret 2014)
- Wijaya, 2012. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi-Vol 1, No. 1*. Diunduh pada Tanggal 4 April 2014