

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH *FINANCIAL LEVERAGE* DAN *SIZE* PERUSAHAAN  
TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL  
PERUSAHAAN**

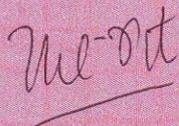
**(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)**

**Nama** : Richa Puspita Sari. AS  
**BP/NIM** : 2008/05271  
**Program Studi** : Akuntansi  
**Fakultas** : Ekonomi

Padang, Februari 2013

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing I**



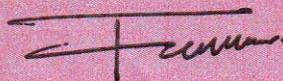
Nelvirita, SE, M.si, Ak  
NIP. 19740706 199903 2 002

**Pembimbing II**



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

**Ketua Prodi**



Fefri Indra Arza, SE, M.Sc, Ak  
NIP. 19730213 199903 1 003

## HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi  
Program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Padang

**Judul** : Pengaruh *Financial Leverage* dan *Size* Perusahaan Terhadap  
Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.  
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)

**Nama** : Richa Puspita Sari. AS

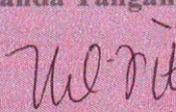
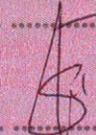
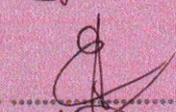
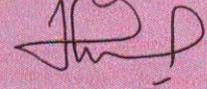
**BP/NIM** : 2008/05271

**Program Studi** : Akuntansi

**Fakultas** : Ekonomi

Padang, Februari 2013

### Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	: Nelvirita, SE, M.si, Ak	1. 
2. Sekretaris	: Salma Taqwa, SE, M.si	2. 
3. Anggota	: Erly Mulyani, SE, M.Si, Ak	3. 
4. Anggota	: Hendri Agustin, SE, M.sc, Ak	4. 

## ABSTRAK

**Richa Puspita Sari. (2008/05271). Pengaruh *Financial Leverage* dan *Size* Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Padang.**

**Pembimbing I : Nelvirita SE, M.si, Ak  
II : Salma Taqwa SE, M.si**

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris tentang seberapa besar (1) Pengaruh *financial leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (2) Pengaruh *size* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian ini tergolong penelitian kausatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2007- 2010. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Metode pengumpulan data adalah dengan menggunakan teknik dokumentasi dari data-data yang dipublikasikan oleh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan uji t, untuk melihat pengaruh *financial leverage*, dan *size* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *financial leverage* tidak berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan  $t_{hitung} - 2,131 < t_{tabel} -1,985$  dengan signifikan 0,036 lebih kecil dari alpha 0,05 dan nilai  $\beta$  negatif (-) yaitu -1,716 sehingga  $H_1$  ditolak, (2) *size* perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan  $t_{hitung} 5,136 > t_{tabel} 1,985$  dengan signifikan 0,000 lebih kecil dari alpha 0,05 dan nilai  $\beta$  positif (+) yaitu 3,248 sehingga  $H_2$  diterima.

Dalam penelitian ini disarankan: (1) bagi manajemen perusahaan lebih memperhatikan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dapat mempengaruhi keputusan investor (2) bagi peneliti selanjutnya, menambah sampel dan memperpanjang periode penelitian, menambah variabel-variabel lain seperti *profile*, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan umur perusahaan. Serta sebaiknya skala pengukuran pengungkapan tanggung jawab sosial dengan mempertimbangkan kualitas pengungkapan misalnya menggunakan skala *linkert*.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh *Financial Leverage* dan *Size* Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program SI pada program studi akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Nelvirita, SE, M.Si, Ak selaku pembimbing I dan Ibu Salma Taqwa, SE, M.Si selaku pembimbing II, yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, waktu serta masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini. Selain itu penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dekan dan Pembantu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Ketua dan Sekretaris Program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Bapak dan Ibu staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah mencurahkan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama masa perkuliahan.
4. Staf kepastakaan dan staf administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah ikut membantu memberikan pelayanan dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Kedua orang tua, kakak dan adik tercinta serta segenap keluarga penulis yang telah memberikan dukungan moril dan materil serta motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.
6. Teman-teman mahasiswa program studi akuntansi angkatan 2008 yang sama-sama berjuang, membantu, memberikan motivasi, saran dan informasi yang berguna dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih, semoga skripsi ini bermanfaat di masa yang akan datang.

Padang, Maret 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	10
C. Pembatasan Masalah .....	11
D. Perumusan Masalah.....	11
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II. KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS.</b>	
A. Kajian Teori.....	13
1. Teori legitimasi.....	13
2. Defenisi dan Jenis Pengungkapan .....	15
3. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	16
4. Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	19
5. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	21
6. <i>Financial leverage</i> .....	24
7. <i>Size</i> perusahaan .....	26

B. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	28
C. Hubungan antar variabel.....	31
1. Hubungan financial leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.....	31
2. Hubungan size perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.....	32
D. Kerangka konseptual .....	34
E. Hipotesis .....	36

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	37
B. Populasi dan Sampel. ....	37
C. Jenis dan Sumber Data. ....	39
D. Teknik pengumpulan data .....	40
E. Variabel dan Pengukurannya.....	40
F. Uji Asumsi Klasik. ....	43
G. Teknik Analisis Data .....	45
H. Defenisi Operasional .....	48

### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 50**

A. HASIL PENELITIAN .....	50
1. Sejarah Perkembangan Bursa Efek Indonesia .....	50
2. Gambaran Umum Perusahaan Manufaktur di Indonesia.....	51
B. DESKRIPSI DATA .....	53

C. STATISTIK DESKRIPTIF.....	65
D. UJI ASUMSI KLASIK.....	66
1. Uji Normalitas .....	66
2. Uji Multikolenearitas .....	68
3. Uji Heterokedastisitas.....	68
4. Uji Autokorelasi .....	69
E. TEKNIK ANALISIS DATA .....	70
1. Uji F.....	70
2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	71
3. Persamaan Regresi Berganda .....	71
4. Uji Hipotesis .....	73
F. PEMBAHASA.....	74
<b>BAB V. PENUTUP.....</b>	<b>80</b>
A. KESIMPULAN.....	80
B. KETERBATASAN PENELITIAN .....	80
C. SARAN.....	81

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Konseptual .....	39

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Kriteria sampel penelitian .....	42
2. Daftar perusahaan sampel .....	42
3. Data indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.....	55
4. Data indeks rerata pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.....	57
5. Data <i>financial leverage (debt equity ratio)</i> .....	62
6. Data <i>size</i> perusahaan (total aktiva).....	64
7. Hasil statistik deskriptif .....	66
8. Uji normalitas.....	68
9. Uji multikolenearitas .....	69
10. Uji heterokedastisitas .....	70
11. Uji autokorelasi .....	70
12. Uji F .....	71
13. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) .....	72
14. Uji regresi berganda .....	73

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Laporan keuangan merupakan suatu alat yang digunakan oleh manajemen untuk melakukan pertanggungjawaban kinerja ekonomi perusahaan kepada para investor, kreditur, dan pemerintah. Laporan keuangan menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI, 2009) mempunyai tujuan untuk memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja dan arus kas yang bermanfaat bagi sebagian besar pengguna laporan keuangan dalam rangka membuat keputusan-keputusan ekonomi serta untuk menunjukkan pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka.

Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan (*disclosure*) adalah penyajian informasi yang diperlukan dalam laporan keuangan untuk mencapai operasi optimal pasar modal yang efisien (Hendriksen, 2002).

Pengungkapan ini dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan wajib merupakan pengungkapan informasi yang diharuskan oleh Badan Pelaksana Pasar Modal (BAPEPAM) dan Lembaga Keuangan (LK), sedangkan pengungkapan

sukarela adalah pengungkapan yang dilakukan perusahaan diluar apa yang diwajibkan oleh standar akuntansi atau BAPEPAM (Suwardjono, 2005).

Ketika perusahaan menjadi semakin berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan sosial dapat terjadi. Oleh sebab itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak-dampak negatif yang ditimbulkan oleh suatu perusahaan. Banyak perusahaan swasta sekarang ini mengembangkan apa yang disebut dengan tanggung jawab sosial perusahaan atau disebut juga sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR). Banyak penelitian yang menemukan terdapat hubungan positif antara tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dengan kinerja keuangan, walaupun dampaknya dalam jangka panjang.

Menurut Darwin (2006) *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi yang tinggi dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersama dengan meningkatkan kualitas hidup dari kualitas yang kurang baik. Sedangkan menurut Wibisono (2007) *corporate social responsibility* merupakan konsep ketika perusahaan memutuskan secara sukarela untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat dengan lebih baik dan lingkungan yang lebih lestari.

Menurut Sembiring (2005), pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus berkepentingan dan masyarakat secara keseluruhan.

Dalam penelitian ini item pengungkapan tanggung jawab sosial diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996) yang terdiri dari 90 item pengungkapan, dan berdasarkan keputusan BAPEPAM No. VIII. G. 2 tentang laporan tahunan dan untuk kesesuaian item tersebut diaplikasikan di Indonesia dan selanjutnya disesuaikan kembali pada masing-masing sektor industri, diperoleh 78 item pengungkapan untuk perusahaan manufaktur (Sembiring, 2005).

Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia belum mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial, terutama mengenai tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan atau akibat lain yang terjadi dalam kegiatannya. Kewajiban untuk melaksanakan peran tanggung jawab sosial dan pengungkapan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan semakin kuat dengan dikeluarkannya UU no 40 tahun 2007 pasal 74 ayat 1, yaitu perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang yang berkaitan dengan sumber alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan serta mewajibkan semua perseroan untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan. Serta melalui UU no 40 tahun 2007 pasal 74 ayat 3, yang berisikan bahwa perseroan terbatas yang tidak melaksanakan program tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan akan dikenai sanksi sesuai dengan peraturan undang-undang.

Selama belum ada sanksi khusus yang mengatur maka perseroan yang tidak melakukan *CSR* akan dikenai sanksi administratif sesuai pasal

34 ayat 1 dan 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 yaitu (1) Badan usaha atau usaha perseorangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam Pasal 15 dapat dikenai sanksi administratif berupa: peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal atau pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal. (2) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan oleh instansi atau lembaga yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Menurut Lang and Lundholm (1993) dalam Junaidi (2011), dalam konteks laporan keuangan, penentuan karakteristik bisa ditetapkan dengan menggunakan tiga pendekatan kategori, yaitu: karakteristik yang berhubungan dengan *structure*, *performance*, dan *market*. Karakteristik perusahaan yang mencerminkan *structure* perusahaan menggunakan variabel *leverage* dan *size* perusahaan, *performance* menggunakan variabel profitabilitas dan likuiditas perusahaan, sedangkan *market* menggunakan tipe industri, tipe auditor, dan status perusahaan.

Karakteristik perusahaan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah karakteristik perusahaan yang berhubungan dengan *structure* perusahaan menggunakan variabel *leverage* dan *size* perusahaan. Menurut Sartono (2001) *leverage* adalah penggunaan aset dan sumber dana (*sources of funds*) oleh perusahaan yang memiliki beban tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham.

Perusahaan menggunakan *operating* dan *financial leverage* dengan tujuan agar keuntungan yang diperoleh lebih besar daripada biaya aset dan sumber dananya, dengan demikian akan meningkatkan keuntungan pemegang saham.

*Financial leverage* adalah perbandingan antara dana-dana yang dipakai untuk membelanjai/membiayai perusahaan atau perbandingan antara dana yang diperoleh dari eksteren perusahaan (dari kreditur-kreditur) dengan dana yang disediakan pemilik perusahaan. *Financial Leverage* penting untuk menilai kemampuan perusahaan melunasi semua hutang-hutangnya. Perusahaan yang mempunyai proporsi hutang lebih banyak dalam struktur permodalannya akan mempunyai biaya keagenan yang lebih besar. Oleh karena itu, perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi mempunyai kewajiban yang lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi krediturnya (Suripto, 1999 dalam Amalia, 2005). Pemberian informasi yang lebih banyak ini bertujuan untuk memudahkan perolehan tambahan dana dengan biaya murah baik dari perolehan hutang maupun dari penerbitan saham, untuk program pendanaan berikutnya.

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 Jayanti 2011). Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Oleh karena itu

perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah.

Menurut Sartono (2001) untuk mengukur tingkat *leverage* keuangan perusahaan terdapat beberapa rasio atau ukuran yang umum digunakan antara lain *debt equity ratio* (total hutang dibagi ekuitas pemegang saham), *debt to total asset ratio* (total utang dibagi total aktiva), selain itu ada juga mengukur dengan *time interest ratio* (laba sebelum bunga dan pajak dibagi beban bunga). Dalam penelitian ini penulis menggunakan *debt equity ratio* (ukuran total hutang dibagi dengan total modal sendiri), agar lebih tampak perbandingan antara dana yang diperoleh dari pihak kreditur dan yang diperoleh dari para pemegang saham dalam mendanai aktiva perusahaan.

Variabel lain yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial adalah *size* perusahaan. *Size* perusahaan dapat diartikan sebagai suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar atau kecilnya perusahaan. Teori agensi menyatakan perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar dari pada perusahaan kecil, dan perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak dibanding perusahaan kecil sebagai upaya mengurangi biaya keagenan (Jensen dan Meckling, 1976). Perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar, sehingga perusahaan perlu dan mampu untuk membiayai penyediaan informasi untuk keperluan internal maupun eksternal dan tidak perlu ada tambahan biaya yang besar,

sebaliknya perusahaan dengan sumber daya yang relatif kecil mungkin tidak memiliki informasi siap saji, sehingga perlu ada tambahan biaya yang relatif besar agar dapat melakukan pengungkapan selengkap yang dilakukan perusahaan besar.

Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variabel 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. Disamping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005).

Menurut Sudarmadja dan Lana (2007) ukuran perusahaan bisa diukur dengan menggunakan total aktiva, jumlah karyawan dan total penjualan dari perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur menggunakan total aktiva. Biasanya perusahaan besar mempunyai aktiva yang besar pula nilainya, karena itu total aktiva dipandang lebih mampu memperlihatkan ukuran perusahaan dan relatif lebih stabil dibandingkan dengan total penjualan.

Di Indonesia, tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial masih rendah. Hal ini dapat dilihat dari beberapa kasus seperti PT Freeport Indonesia (2011) adalah salah satu kasus yang menunjukkan kurangnya

tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat yang telah terkena dampak akibat eksploitasi pertambangan yang dilakukan. Selain itu kasus PT. Newmont Minahasa Raya (2010) yang sampai saat ini masih belum terselesaikan yang mengungkapkan bahwa PT. Newmont belum memiliki izin permanen pembuangan limbah di Teluk Buyat, Kabupaten Minahasa, Sulawesi Utara. Sementara PT. Newmont hanya memiliki izin penempatan bagian akhir (*tailing*) di dasar teluk ([www.vibizmanagement.com](http://www.vibizmanagement.com)). Sebagai perusahaan yang menggali kekayaan alam sudah seharusnya untuk mau peduli terhadap kelestarian alam sekitarnya. Disinilah letak pentingnya pengaturan CSR di Indonesia, agar memiliki daya atur, daya ikat, dan daya dorong.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR), merupakan aspek penting yang harus dilakukan perusahaan dalam operasionalnya. Hal tersebut bukan semata-mata memenuhi peraturan perundang-undangan sebagaimana untuk Perseroan Terbatas (PT) diatur dalam Undang undang No. 40 pasal 74 tahun 2007, melainkan secara logis terdapat hukum sebab akibat, dimana ketika operasional perusahaan memberikan dampak negatif, maka akan muncul respon negatif yang jauh lebih besar dari masyarakat maupun lingkungan yang dirugikan.

Berbagai penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan keanekaragaman hasil berdasarkan karakteristik yang diungkapkan. Penelitian Sembiring (2005) menemukan

bahwa variabel profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sementara Utami (2007) menyatakan bahwa ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap CSR, sedangkan kepemilikan institusional, dan umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR.

Yusrina (2010) menyatakan bahwa secara serentak *leverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Secara parsial variabel *leverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan pada seluruh kategori, sedangkan variabel ROA tidak berpengaruh signifikan pada kategori seluruh perusahaan sampel.

Jayanti (2011) menyatakan bahwa secara simultan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, secara parsial *size* dan *leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan Rahmi (2010) menemukan bahwa secara parsial menunjukkan hanya variabel *size* perusahaan, *profil*, dan profitabilitas yang berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan sosial.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Jayanti (2011) yang meneliti tentang analisis *size*, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan-perusahaan yang listing di BEI tahun 2009. Pada penelitian ini profitabilitas tidak diteliti,

karena berdasarkan penelitian terdahulu profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu (1) tahun penelitian, pada penelitian terdahulu hanya pada tahun 2009 sedangkan pada penelitian ini tahun 2007-2010, (2) item pengungkapan, pada penelitian terdahulu menggunakan *GRI* indeks, sedangkan pada penelitian ini item pengungkapan diadopsi dari Sembiring (2005), (3) objek penelitian, pada penelitian terdahulu yaitu perusahaan-perusahaan yang listing di BEI, sedangkan pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur.

Penelitian ini menggunakan sampel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2007-2010. Alasan peneliti memilih perusahaan manufaktur yaitu karena perusahaan tersebut berhubungan langsung dengan lingkungan, polusi, energi, produk dan masyarakat. Hal ini sesuai dengan item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian ini penting dilakukan karena pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu kebutuhan informasi yang diperlukan oleh pihak pengguna laporan keuangan tahunan atas kekurangan informasi dari pengungkapan wajib dan semakin menunjukkan transparansi perusahaan, serta menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang diberi judul “**Pengaruh *Financial***

## ***Leverage dan Size Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan***”.

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti membuat identifikasi masalah yaitu sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh struktur kepemilikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Seberapa besar pengaruh *financial leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Seberapa besar pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Seberapa besar pengaruh ukuran (*size*) perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
5. Seberapa besar pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### **C. Pembatasan Masalah**

Penulis membatasi masalah dengan memfokuskan kepada pengaruh *Financial leverage* dan *Size* perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian sebelumnya, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar *financial leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Seberapa besar *Size* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Pengaruh *financial leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Pengaruh *Size* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti, sebagai salah satu wadah menambah wawasan dan pengetahuan tentang CSR serta salah satu syarat untuk menyelesaikan studi peneliti pada program studi akuntansi Universitas Negeri Padang.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang semakin pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan dalam laporan

tahunan serta sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan untuk lebih meningkatkan tanggung jawab sosial pada lingkungan.

3. Bagi perguruan tinggi, sebagai bahan referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya disamping sebagai sarana untuk menambah wawasan.

## BAB II

### KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS

#### A. Kajian Teori

##### 1. Teori Agensi (*agency theory*)

Jensen dan Meckling (1976) dalam Jayanti (2011) menyatakan hubungan keagenan muncul ketika satu atau lebih individu (*principal*) mempekerjakan individu lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan kekuasaan kepada agen untuk membuat suatu keputusan atas nama *principal* tersebut.

Dasar perlunya praktik pengungkapan laporan keuangan oleh manajemen kepada pemegang saham dapat dijelaskan melalui teori keagenan tersebut. Hubungan keagenan mewajibkan agen memberikan laporan periodik pada *principal* tentang usaha yang dijalankan dan *principal* akan menilai kinerja agennya melalui laporan keuangan yang disampaikan kepadanya. Oleh karena itu, dalam hubungan keagenan tersebut, laporan keuangan merupakan sarana transparansi dan akuntabilitas manajemen (*agen*) kepada pemiliknya (*principal*). Secara empiris banyak studi yang telah menguji bahwa pengungkapan laporan keuangan perusahaan dilakukan untuk mengendalikan konflik kepentingan antara pemegang saham, kreditur, dan manajemen. Pandangan ini menunjukkan bahwa pengungkapan laporan keuangan erat kaitannya dengan hubungan keagenan antara manajemen dan pemilik serta antara pemilik dengan kreditur.

Teori keagenan membahas hubungan antara manajemen dengan pemegang saham, dimana yang dimaksud dengan *principal* adalah pemegang saham dan agen adalah manajemen pengelola perusahaan. *Principal* menyediakan fasilitas dan dana untuk menjalankan perusahaan, dilain pihak manajemen mempunyai kewajiban untuk mengelola apa yang diamanatkan pemegang saham kepadanya. Agen diwajibkan memberikan laporan periodik pada *principal* tentang usaha yang dijalkannya. *Principal* akan menilai kinerja agennya melalui laporan keuangan yang disampaikan kepadanya. Oleh karena itu, laporan keuangan merupakan sarana akuntabilitas manajemen kepada pemiliknya.

Menurut Almilia (2008) Teori keagenan memberikan pemahaman dan analisa insentif pelaporan keuangan. Teori keagenan menyatakan bahwa dengan adanya asimetri informasi, manajer akan memilih seperangkat kebijakan untuk memaksimalkan kepentingan manajer sendiri. Peningkatan transparansi dan pengungkapan akan memberikan kontribusi untuk menyelaraskan kepentingan manajer dan pemegang saham. Jadi dapat disimpulkan dalam teori keagenan.

## **2. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)**

Beberapa studi tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah menggunakan teori legitimasi sebagai basis menjelaskan praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Hackston dan Milne, 1996; Sembiring, 2003; Husillos, *et al*, 2009; Nurkhin, 2009).

Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan:

Legitimasi adalah 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 organisasi dengan memperhatikan lingkungan.

Teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat sekitar merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat. Menurut Deegan (2004) dalam Nurkhin (2009), teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada dan memastikan bahwa aktifitas perusahaan diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang “sah”.

Adanya dorongan bagi perusahaan untuk beroperasi dalam sistem norma dan nilai yang berlaku dalam masyarakat, menyebabkan perusahaan menggunakan konsep tanggung jawab sosial perusahaan guna mendapatkan legitimasi masyarakat dan respon positif oleh para pelaku pasar (Oliver, 1991; Haniffa dan Coke, 2005; Ani, 2007 dalam Nurkhin 2009).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu mekanisme yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan perusahaan dengan *stakeholders* dan merupakan jalan masuk oleh beberapa organisasi untuk memperoleh keuntungan atau memperbaiki

legitimasi (Lindbolm, 1994; O'Donovan, 2002; Campbell *et al*, 2003; Ahmad *et al*, 2004 dalam Nurkhin, 2009).

Deegan (2004) dalam Nurkhin (2009) menyatakan bahwa kerangka teoritis yang menjadi kajian selama beberapa tahun untuk menjelaskan mengapa organisasi melaksanakan pelaporan sukarela terkait dengan lingkungan adalah teori legitimasi. Guthrie dan Parker (1977) dalam Nurkhin (2009) menyarankan bahwa organisasi mengungkapkan kinerja lingkungan mereka dalam berbagai komponen untuk mendapatkan reaksi positif dari lingkungan dan mendapatkan legitimasi atas usaha perusahaan.

Uraian di atas menjelaskan bahwa teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mendasari pengungkapan tanggung jawab sosial. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat.

## **2. Defenisi dan Jenis Pengungkapan**

### **a. Defenisi Pengungkapan**

Kata pengungkapan (*disclosure*) memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Apabila dikaitkan dengan laporan keuangan perusahaan, *disclosure* mengandung arti bahwa laporan perusahaan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha (Ghozali dan Chariri, 2007).

Menurut Suwardjono (2005) secara konseptual pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan, secara teknis

pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh *statement* keuangan.

#### **b. Jenis-jenis pengungkapan**

Suwardjono (2005) mengemukakan ada dua jenis pengungkapan berdasarkan sifatnya, yaitu:

##### 1. Pengungkapan wajib (*Mandatory disclosure*)

Pengungkapan wajib merupakan pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku dan memaksa perusahaan untuk mengungkapkannya. Luas pengungkapan wajib tidak sama antara satu negara dengan negara lain.

##### 2. Pengungkapan sukarela (*Voluntary disclosure*)

Pengungkapan sukarela merupakan pengungkapan butir-butir yang dilakukan sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh peraturan yang berlaku. Pengungkapan sukarela secara lebih luas akan meningkatkan kredibilitas perusahaan dan membantu investor memahami strategi bisnis manajemen.

Di Indonesia, pengungkapan dalam laporan keuangan dan laporan tahunan baik yang bersifat wajib maupun sukarela telah diatur dalam PSAK No.1 dan pemerintah melalui Keputusan Ketua Bapepam Nomor 134/BL/2006 tentang Kewajiban Penyampaian Laporan Tahunan bagi Emiten dan Perusahaan Publik. Pengungkapan informasi yang diatur oleh pemerintah ataupun lembaga profesional

(dalam hal ini Ikatan Akuntansi Indonesia) merupakan pengungkapan yang wajib dipatuhi oleh perusahaan yang *go public*.

### **3. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)**

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi dibidang hukum (Darwin, 2004). Sedangkan *The Organization for Economic and Development* (OECD) merumuskan CSR sebagai kontribusi bisnis bagi pembangunan berkelanjutan serta adanya perilaku korporasi yang tidak semata-mata menjamin adanya pengembalian bagi pemegang saham, upah bagi para karyawan, dan pembuatan produk serta jasa bagi para pelanggan, melainkan perusahaan bisnis juga harus memberi perhatian terhadap berbagai hal yang dianggap penting serta nilai-nilai masyarakat (Surya dan Yustifandana, 2006).

Penerapan CSR dalam perusahaan-perusahaan diharapkan selain memiliki komitmen finansial kepada pemilik atau pemegang saham (*shareholders*), tapi juga memiliki komitmen sosial terhadap para pihak lain yang berkepentingan, karena CSR merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan dalam jangka panjang.

Adapun tujuan dari CSR adalah:

- a. Untuk meningkatkan citra perusahaan dan mempertahankan, biasanya secara implisit, asumsi bahwa perilaku perusahaan secara fundamental adalah baik.
- b. Untuk membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial di antara organisasi dan masyarakat. Keberadaan kontrak sosial ini menuntut dibebaskannya akuntabilitas sosial.
- c. Sebagai perpanjangan dari pelaporan keuangan tradisional dan tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada investor.

Untuk itulah maka pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR) perlu diungkapkan dalam perusahaan sebagai wujud pelaporan tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

Menurut Boone dan Kurtz (2007), dalam Yusrina (2010) pengertian tanggung jawab sosial (*social responsibility*) secara umum adalah dukungan manajemen terhadap kewajiban untuk mempertimbangkan laba, kepuasan pelanggan dan kesejahteraan masyarakat secara setara dalam mengevaluasi kinerja perusahaan.

B. Taman Achda (2007) dalam Yusrina (2010) mengartikan CSR sebagai:

“Komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasinya dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan, serta terus menerus menjaga agar dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungan hidupnya. Meskipun laba dan kesempatan kerja tetap memiliki arti penting, tetapi dewasa ini terdapat banyak faktor yang memberikan kontribusi pada penilaian kinerja sosial sebuah perusahaan, termasuk diantaranya memberikan kesempatan kerja yang sama, menghargai

perbedaan budaya para karyawan, merespon masalah-masalah lingkungan hidup, menyediakan tempat kerja yang aman dan sehat, dan memproduksi produk-produk bermutu tinggi yang aman untuk digunakan”.

Dalam konteks global, istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai digunakan sejak tahun 1970-an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Bussines* (1998), karya Elkington. Elkington mengemas CSR kedalam tiga fokus: 3P( *profit, planet, dan people*). Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*) melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*).

*Corporate Social Responsibility* biasanya dipahami sebagai cara sebuah perusahaan dalam mencapai keseimbangan ekonomi, lingkungan dan persoalan-persoalan sosial serta dalam waktu yang sama bisa memenuhi harapan dari *Shareholder* maupun *stakeholder*.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas pada kinerja keuangan perusahaan, tetapi juga harus bertanggung jawab terhadap masalah sosial yang timbul oleh aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Selain melakukan aktivitas yang berorientasi pada laba, perusahaan perlu melakukan aktivitas lain, misalnya aktivitas untuk menyediakan lingkungan kerja yang aman bagi karyawannya, melakukan penempatan tenaga kerja secara jujur, menjamin bahwa proses produksinya tidak mencemarkan lingkungan sekitar perusahaan, menghasilkan produk yang

aman bagi para konsumen, serta menjaga lingkungan eksternal untuk mewujudkan kepedulian sosial perusahaan.

#### **4. Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)**

Menurut Wibisono (2007) ada tiga alasan mengapa perusahaan mesti merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial perusahaan sejalan dengan operasi usahanya yaitu :

- a. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat.
- b. Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme.
- c. Kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial.

Dalam melakukan tanggung jawab sosialnya perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yaitu *profit*, lingkungan dan masyarakat. Dengan memperoleh laba perusahaan dapat memberikan deviden bagi pemegang saham mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh oleh pemegang saham untuk mngembangkan usaha dimasa depan serta membayar pajak kepada pemerintah.

Dengan lebih banyak memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar, perusahaan dpat ikut berpartisipasi dalam usaha-usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan manusia dalam jangka panjang. Perhatian terhadap masyarakat dapat dilakukan dengan cara

melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki diberbagai bidang.

Menurut Wibisono (2007) dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktifitas CSR yaitu :

- a. Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan
- b. CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalisasi dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis.
- c. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan.
- d. CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan *stakeholdersnya*.
- e. Meningkatkan penjualan.
- f. Insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya.

## **5. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Tanggung jawab adalah suatu kewajiban perusahaan yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa baik bagi masyarakat maupun juga dalam mempertahankan kualitas lingkungan sosialnya secara fisik maupun memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat dimana mereka berada. Perusahaan bertanggung jawab secara sosial ketika manajemennya memiliki visi atas kinerja operasionalnya, tidak hanya mengutamakan atas laba/profit perusahaan tetapi juga dalam menjalankan

aktivitasnya, memperhatikan lingkungan yang ada disekitarnya. Perusahaan tidak hanya memandang laba sebagai satu-satunya tujuan dari perusahaan tetapi ada tujuan yang lainnya yaitu kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, karena perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray *et. al.*, 1987) dalam Sembiring (2005).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne : 1996), dalam Sembiring (2005) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Kontribusi negatif perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya telah menyebabkan hilangnya kepercayaan masyarakat adalah dengan mengungkapkan informasi-informasi mengenai operasi perusahaan sehubungan dengan lingkungan sebagai tanggung jawab perusahaan.

Menurut Murtanto (2006), pengungkapan kinerja perusahaan sering kali dilakukan secara sukarela oleh perusahaan. Adapun alasan-alasan perusahaan mengungkapkan kinerja sosial perusahaan secara sukarela antara lain:

- a. *Intenasional Decision Making*: Manajemen membutuhkan informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan. Walaupun hal

ini sulit di indentifikasi dan diukur, namun analisis secara sederhana lebih baik dari pada tidak sama sekali.

- b. *Product Differentiation*: Manajer perusahaan memiliki insentif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat. Akuntansi kontemporer memisahkan pencatatan biaya dan manfaat aktivitas sosial perusahaan dalam laporan keuangan, sehingga perusahaan yang tidak peduli sosial akan terlibat lebih sukses dari pada perusahaan yang peduli. Hal ini mendorong perusahaan yang peduli sosial untuk mengungkapkan informasi tersebut sehingga masyarakat dapat membedakan mereka dari perusahaan lain.
- c. *Enlightened Self Interest*: Perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para *Stakeholder* karena mereka dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

Pertanggungjawaban sosial berhubungan juga dengan *Social Contract Theory*. Menurut teori ini, diantara bisnis perusahaan dan masyarakat terdapat suatu kontrak sosial yang secara implisit maupun eksplisit. Dimana dalam kontrak sosial, akuntansi sosial yang digunakan sebagai serangkaian teknik pengumpulan dan pengungkapan data sehingga memungkinkan masyarakat untuk mengevaluasi kinerja sosial organisasi dalam memberikan penilaian mengenai kelayakan operasi organisasi menurut Parker (2002) dalam Yusrina (2010).

Pertanggungjawaban sosial perusahaan sangat diperlukan untuk menilai apakah kegiatan perusahaan telah memenuhi ketentuan, standar, dan peraturan yang berlaku. Misalnya mengenai polusi, kesehatan, dan keselamatan, bahaya penggunaan bahan-bahan yang beracun dan lain sebagainya. Perusahaan berdiri dan berkembang ditengah-tengah masyarakat. Maka akan berkembang hubungan saling ketergantungan dan kesamaan tujuan antara perusahaan dengan lembaga sosial yang ada. Interaksi ini menyebabkan perusahaan tidak bisa lagi membuat keputusan atau kebijakan yang hanya menguntungkan pihaknya saja. Tetapi perusahaan juga harus memikirkan kebutuhan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Jika pihak-pihak tersebut cukup memberikan pengaruh yang kuat bagi perusahaan, maka penting bagi perusahaan untuk menyusun kebijakan sosial yang terarah.

Pelaporan pengungkapan sosial dalam laporan tahunan merupakan *voluntary disclosure*, artinya pengungkapan ini bersifat sukarela dan belum diatur secara tegas dalam PSAK. Namun dengan kondisi saat ini, *Stakeholder* mulai menganggap pengungkapan tanggung jawab sosial itu menjadi salah satu hal yang penting. Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Anggraini (2006), perusahaan melakukan pengungkapan informasi sosial dengan tujuan untuk membangun *image* pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Perusahaan membutuhkan biaya dalam rangka untuk memberikan informasi sosial, sehingga laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah, ketika perusahaan

menghadapi biaya kontrak, biaya pengawasan yang rendah dan visibilitas politis yang tinggi akan cenderung untuk mengungkapkan informasi sosial. Jadi pengungkapan informasi sosial berhubungan positif dengan kinerja sosial, kinerja ekonomi, dan visibilitas politis dan berhubungan negatif dengan biaya kontrak dan pengawasan.

Dalam penelitian ini tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan menggunakan item pengungkapan tanggung jawab sosial yang diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996) yang melakukan penelitian pada 47 perusahaan di Newzeeland yang terdiri dari 90 item pengungkapan tanggung jawab sosial, dan berdasarkan keputusan BAPEPAM No.VIII.G.2 tentang laporan tahunan, 12 dari item tersebut dihapuskan untuk kesesuaian item tersebut untuk diaplikasikan di Indonesia dan selanjutnya disesuaikan kembali dengan masing-masing sektor industri (Sembiring, 2005).

## **6. *Financial Leverage***

Menurut Sartono (2001) *leverage* adalah penggunaan aset dan sumber dana (*sources of funds*) oleh perusahaan yang memiliki beban tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. *leverage* dibedakan menjadi 3 (tiga) jenis, diantaranya *Leverage Operasi (Operating Leverage)*, *Leverage Keuangan (Financial Leverage)*, dan *Leverage Total/Leverage gabungan (Combine Leverage)*.

*Operating Leverage* merupakan penggunaan aktiva dengan biaya tetap yang bertujuan untuk menghasilkan pendapatan yang cukup untuk menutup biaya tetap dan variabel serta dapat meningkatkan profitabilitas (Sartono, 2001). *Operating Leverage* dapat terjadi jika sebagian besar dari total biaya perusahaan adalah biaya tetap. Selain itu *Operating Leverage* terjadi jika adanya *Leverage*, yang fungsinya untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai oleh utang sehingga *Operating Leverage* memiliki fungsi untuk melihat bagaimana sumber dana tersebut digunakan, dimana untuk penggunaannya disertai dengan biaya tetap berupa penyusutan dan bunga.

*Leverage Keuangan (Financial Leverage)* merupakan penggunaan dana yang menyebabkan perusahaan harus menanggung beban tetap dengan tujuan untuk meningkatkan atau mengoptimalkan pendapatan perlembar saham (Sartono, 2001). *Financial Leverage* penting untuk menilai kemampuan perusahaan melunasi semua hutang-hutangnya. Perusahaan yang mempunyai proporsi hutang lebih banyak dalam struktur permodalannya akan mempunyai biaya keagenan yang lebih besar. Oleh karena itu, perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi mempunyai kewajiban yang lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi krediturnya (Suripto, 1999 dalam Amalia, 2005). Pemberian informasi yang lebih banyak ini bertujuan untuk memudahkan perolehan tambahan dana dengan biaya murah baik dari perolehan hutang maupun dari penerbitan saham, untuk program pendanaan berikutnya.

*Financial leverage* merupakan sumber-sumber pembiayaan eksternal (*external financial*) yang digunakan perusahaan untuk investasi

atau dialokasikan pada berbagai aset (*fund allocation*). Menurut Sartono (2001) jenis-jenis pengukuran rasio *leverage*:

a. *Debt ratio*

Semakin tinggi rasio ini maka semakin besar risiko yang dihadapi, dan investor akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi.

$$\text{Debt ratio} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total aktiva}}$$

b. *Debt equity ratio*

Rasio ini memperlihatkan proporsi penggunaan hutang dibandingkan modal sendiri untuk membiayai investasinya

$$\text{Debt equity ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal Sendiri}}$$

Dalam penelitian ini penulis menggunakan *debt equity rasio* yaitu ukuran total hutang dibagi dengan total modal sendiri. Alasan penulis menggunakan DER ini agar lebih tampak perbandingan antara dana yang diperoleh dari pihak kreditur dengan dana yang diperoleh dari para pemegang saham dalam mendanai aktiva perusahaan.

c. *Time interest ratio*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya berupa bunga, atau mengukur seberapa jauh laba dapat berkurang tanpa perusahaan mengalami kesulitan karena tidak mampu membayar bunga.

$$\text{Time interest ratio} = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Beban Bunga}}$$

## 7. *Size Perusahaan*

Secara umum ukuran perusahaan (*organization size*) dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya suatu objek. Menurut Soemarso (2002) perusahaan adalah suatu organisasi yang didirikan oleh seseorang atau sekelompok orang atau badan lain yang kegiatannya adalah melakukan produksi dan distribusi guna memenuhi kebutuhan ekonomis manusia. Jadi, bila pengertian ukuran dikaitkan dengan perusahaan atau organisasi, maka ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu skala pengklasifikasian besar kecilnya suatu perusahaan atau organisasi yang didirikan oleh seseorang atau lebih untuk mencapai tujuannya.

Pada dasarnya perusahaan dapat terbagi dalam dua kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Menurut keputusan Bapepam No.9 tahun 1995 berdasarkan ukurannya perusahaan dapat digolongkan atas dua kelompok sebagai berikut:

### 1. Perusahaan menengah/kecil

Perusahaan menengah/kecil merupakan badan hukum yang didirikan di Indonesia yang:

- a. Memiliki sejumlah kekayaan (total asset) tidak lebih dari Rp 20 Milyar
- b. Bukan merupakan afiliasi/dikendalikan oleh suatu perusahaan yang bukan perusahaan menengah/kecil.
- c. Bukan merupakan reksadana

## 2. Perusahaan menengah/besar

Perusahaan menengah/besar merupakan kegiatan ekonomi yang mempunyai kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan usaha. Usaha ini meliputi usaha nasional (milik negara/swasta) dan usaha asing yang melakukan kegiatan di Indonesia.

Ukuran perusahaan bisa diukur dengan menggunakan total aktiva, penjualan atau modal dari perusahaan tersebut. Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan dengan total aset yang kecil.

Biasanya perusahaan besar mempunyai aktiva yang besar pula nilainya. Secara teoritis perusahaan yang lebih besar mempunyai kepastian (*certainty*) yang lebih besar dari pada perusahaan kecil sehingga mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan kedepan. Hal tersebut dapat membantu para investor memprediksi resiko yang mungkin terjadi jika ia berinvestasi pada perusahaan itu. Ukuran perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini diukur dengan total aktiva, karena dianggap lebih stabil dari pada total penjualan.

## B. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai CSR telah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Pada umumnya penelitian tersebut meneliti karakteristik perusahaan yang diduga memiliki hubungan dengan praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan yang merupakan sumber informasi penting bagi *stakeholders* dalam menilai kinerja.

Sembiring (2005) meneliti pengaruh *size*, profitabilitas, *profit*, ukuran dewan komisaris dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada semua perusahaan yang tercatat di BEJ tahun 2002 dengan jumlah sampel 78 perusahaan. Sembiring menggunakan penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996) dan Peraturan Bapepam No.VIII.G.2 tentang laporan tahunan, untuk mengembangkan item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sementara variabel lainnya menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Utami (2007), meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, dan umur perusahaan. Studi empiris penelitian ini dilakukan pada perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang terdaftar di BEI pada tahun 2005-2007, dengan jumlah sampel 121 perusahaan. Item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diadopsi dari Sembiring (2005). Hasil

penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap CSR, sedangkan kepemilikan institusional, dan umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR.

Yusrina (2010), meneliti mengenai pengaruh *leverage* dan profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*, pada perusahaan manufaktur yang *Go Publik* di Indonesia pada tahun 2004-2008. Sampel penelitian ini sebanyak 17 perusahaan. Indeks/item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara serentak *leverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Secara parsial variabel *leverage* tidak berpengaruh signifikan, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR.

Jayanti (2011), meneliti tentang analisis *size*, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan-perusahaan yang listing di BEI tahun 2009. Indeks/item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diadopsi dari Global Reporting Initiative (GRI) index versi 3.0 (2006). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, secara parsial *size* dan *leverage* berpengaruh

positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Rahmi (2010), meneliti tentang pengaruh kepemilikan saham publik, *size*, *profil*, likuiditas, profitabilitas dan *solvabilitas* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar pada tahun 2007, dengan jumlah sampel 107 perusahaan. Indeks/item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara variabel *size*, *profil*, likuiditas, profitabilitas dan *solvabilitas*, terhadap variabel pengungkapan tanggung jawab sosial dan pengaruh negatif variabel kepemilikan publik terhadap variabel pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan secara parsial menunjukkan bahwa hanya variabel *size* perusahaan, *profil*, dan profitabilitas yang berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan sosial.

### **C. Hubungan Antar Variabel**

#### **1. Hubungan *Financial Leverage* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

*Financial leverage* adalah perbandingan antara dana-dana yang dipakai untuk membelanjai/membiayai perusahaan atau perbandingan antara dana yang diperoleh dari eksteren perusahaan (dari kreditur-kreditur) dengan dana yang disediakan pemilik perusahaan. 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 Junaidi, 2011). Oleh karena itu perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dari pada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah.

Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri.

Rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Oleh karena itu, perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain adalah penelitian Belkaoui & Karpik (1989), dan Sitepu (2008), akan tetapi tidak semua peneliti mendukung hubungan leverage dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini ditemukan oleh Sembiring (2003).

## **2. Hubungan *Size* Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Menurut Machfoed (1998) ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara antara lain total aktiva, *size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), perusahaan kecil (*small firm*).

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005). Cowen *et al.*, (1987) dalam Jayanti (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat akan memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dan laporan tahunan akan digunakan untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial tersebut.

Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Alasan lain adalah perusahaan besar dan memiliki biaya keagenan yang lebih besar tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan. Lebih banyak pemegang saham, berarti memerlukan lebih banyak juga pengungkapan, hal ini dikarenakan tuntutan dari para pemegang saham dan para analis pasar modal (Gunawan, 2000 dalam Jayanti, 2011).

Hubungan antara *size* perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah diuji dalam sejumlah penelitian. Penelitian yang dilakukan Sembiring (2005) menemukan bahwa *size* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan Utomo (2000) menemukan bahwa ukuran perusahaan berkorelasi positif terhadap pengungkapan informasi sosial perusahaan.

Kebanyakan pelaku program CSR merupakan perusahaan besar, sebab pelaksanaannya membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Hal ini dapat dilihat dari total aktiva yang dimiliki perusahaan. Selain itu, perusahaan besar banyak melakukan aktivitas yang berdampak besar terhadap lingkungan, sehingga ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### **D. Kerangka Konseptual**

Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian tentang pengaruh *financial leverage* dan *size* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kerangka konseptual dimaksudkan sebagai konsep untuk dapat menjelaskan, mengungkapkan, menunjukkan pengaruh antara *financial leverage* dan *size* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan batasan dan rumusan masalah.

Dengan adanya Undang-Undang no 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan, yaitu setiap perusahaan diwajibkan untuk melakukan kegiatan *corporate social responsibility*.

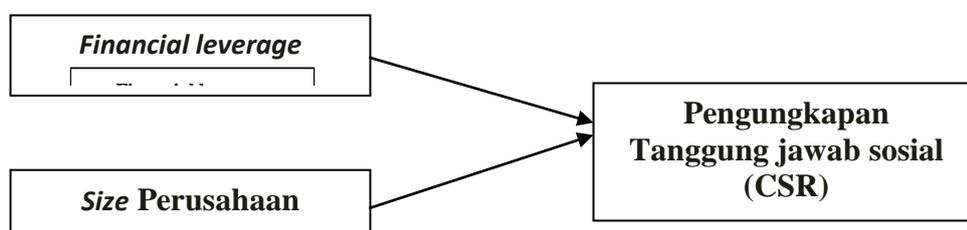
*Financial leverage* merupakan penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap dengan harapan bahwa akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetapnya sehingga akan meningkatkan keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham. Dengan demikian alasan yang kuat untuk menggunakan dana dengan beban tetap adalah untuk meningkatkan pendapatan yang tersedia bagi pemegang saham.

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. Oleh karena itu perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi

memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dari pada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah.

Ukuran perusahaan adalah salah satu variabel yang diduga digunakan untuk melakukan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Disamping itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

Berikut adalah kerangka konseptual mengenai pengaruh *financial leverage* dan *Size* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu maka dari kerangka konseptual dapat dibentuk suatu hipotesis, dimana *financial leverage* dan *size* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan tahunan.



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**

### **E. Hipotesis**

Hipotesis yang akan diuji dan diteliti dalam penelitian ini yaitu apakah *Financial Leverage* dan *Size* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan tahunan perusahaan.

$H_{a1}$  = *Financial Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

$H_{a2}$  = *Size* Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *financial leverage* dan *size* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disajikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulannya sebagai berikut:

1. *Financial leverage* tidak berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. *Size* perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hal ini berarti semakin besar *size* perusahaan maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tersebut.

#### B. Keterbatasan

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

1. Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan dua variabel independen (*financial leverage* dan *size* perusahaan), yang dilakukan selama empat tahun (2007-2010). Dengan adanya keterbatasan rentang waktu tersebut, maka penelitian ini kurang dapat digeneralisasi dengan baik.

2. Jumlah sampel yang relatif terbatas, hanya 25 perusahaan dengan periode penelitian 4 tahun dikarenakan kesulitan dalam memperoleh data laporan tahunan secara lengkap.
3. Instrumen penelitian pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang hanya dinilai dengan *checklist*, tidak memberikan kerincian informasi atas kualitas ungkapan yang disajikan masing-masing perusahaan.

### C. Saran

Dari pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka penulis memberikan saran, sebagai berikut:

1. Bagi manajemen perusahaan

Manajemen harus lebih memperhatikan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang akan disampaikan melalui laporan keuangan tahunan (harus lebih memperluas lagi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dapat mempengaruhi keputusan investor) yang bisa membantu investor untuk lebih mengetahui, menilai dan mempercayai perusahaan, sehingga para investor tertarik untuk melakukan investasi dipasar modal.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Diharapkan dapat menambah jumlah sampel dan memperpanjang periode penelitian agar dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya dan melihat pengaruh *financial leverage* dan *size* perusahaan yang lebih besar terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian penelitian selanjutnya dapat menambah atau menggunakan

variabel-variabel lain seperti *profile*, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan umur perusahaan.

- b. Sebaiknya skala pengukur pengungkapan tanggung jawab sosial mempertimbangkan kualitas pengungkapan, misalnya dengan menggunakan indeks pengungkapan CSR dengan bobot angka, seperti skala *linkert* sehingga dapat memberikan *rangking* kualitas atas pengungkapan tanggung jawab sosial yang disajikan perusahaan.