

**PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, *LEVERAGE*,  
PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN  
TERHADAP PENGUNGKAPAN INFORMASI  
PERTANGGUNGJAWABAN  
SOSIAL PERUSAHAAN**

*(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun  
2010-2013)*

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*



**OLEH :**

**DIYONG MURDI JANRA**

**NIM :**

**2010/18877**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2015**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

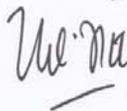
PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, *LEVERAGE*, PROFITABILITAS, DAN  
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN INFORMASI  
PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL PERUSAHAAN  
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2010-2013)

NAMA : DIYONG MURDI JANRA  
NIM/TM : 1877/2010  
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI  
KEAHLIAN : AKUNTANSI KEUANGAN  
FAKULTAS : EKONOMI

Padang, Februari 2015

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



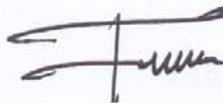
Nelvirita, SE, M.Si, Ak  
NIP. 19740706 199903 2 002

Pembimbing II



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

Ketua Prodi Akuntansi



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*

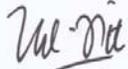
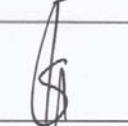
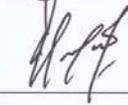
PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, *LEVERAGE*, PROFITABILITAS  
DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN INFORMASI  
PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL PERUSAHAAN

*(Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2010-2013)*

NAMA : DIYONG MURDI JANRA  
NIM/TM : 18877/2010  
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI  
KEAHLIAN : AKUNTANSI KEUANGAN  
FAKULTAS : EKONOMI

Padang, Februari 2015

Tim Penguji

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	: Nelvirita, SE, M.Si, Ak	 _____
2. Sekretaris	: Salma Taqwa, SE, M.Si	 _____
3. Anggota	: Nayang Helmayunita, SE, M.Sc	 _____
4. Anggota	: Henri Agustin, SE, M.Sc, Ak	 _____

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Diyong Murdi Janra  
NIM/Tahun Masuk : 18877/2011  
Tempat/Tgl. Lahir : Sialang / 28 Januari 1992  
Program Studi : Akuntansi  
Keahlian : Akuntansi Keuangan  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Jalan Cendrawasih No 25 ,Air Tawar Barat, Padang, Sumatra Barat  
No. HP/Telp : 081365651439  
Judul Skripsi : Pengaruh Kepemilikan Manajerial, *Leverage*, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (*Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2013*)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (Sarjana), baik di UNP maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan cara menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis ini sah apabila telah ditandatangani **Asli** oleh Tim Pembimbing, Tim Penjuji dan Ketua Prodi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **Sanksi Akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, Februari 2015  
Yang Menyatakan,



Diyong Murdi Janra  
18877/2010

## ABSTRAK

**Diyong Murdi Janra, 18877/2010, Pengaruh Kepemilikan Manajerial, *leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2013)**

**Pembimbing : 1. Nelvirita, SE, M.Si, Ak  
2. Salma Taqwa, SE, M.Si**

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh kepemilikan manajerial, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan dalam penelitian ini dilihat dengan menggunakan indikator GRI. Kepemilikan manajerial diukur dengan presentase perbandingan antara kepemilikan saham oleh pihak manajer dengan jumlah saham perusahaan yang beredar, *leverage* diukur dengan *DER*, profitabilitas diukur dengan *ROA*, dan ukuran perusahaan diukur dengan total aktiva disajikan dalam bentuk logaritma.

Jenis penelitian ini digolongkan pada penelitian bersifat kausatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 4 tahun yakni dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2013. Sedangkan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh 30 perusahaan sampel. Jenis data yang digunakan berupa data sekunder berupa data panel yang di peroleh dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Teknik pengumpulan data adalah dengan teknik dokumentasi. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan, (2) *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan, (3) Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan, (4) ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusaha

## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasai Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI 2010-2013)**". Skripsi ini merupakan salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan program studi S-1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Nelvrita, SE, M.Sc, Ak selaku pembimbing I dan Ibu Salma Taqwa, SE, M.Sc, selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan transfer ilmu kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Nayag Hemayunita, SE, M. Si, Ak, dan Bapak Henri Agustin, SE, M.Sc, Ak selaku penguji yang telah memberi banyak saran dan perbaikan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

4. Bapak Fefri Indra Arza, S.E, M.Sc, Ak dan Henri Agustin S.E, M.Sc, Ak selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
5. Bapak Fefri Indra Arza, S.E, M.Sc, Ak selaku dosen Penasehat Akademik (PA).
6. Pegawai perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
7. Staf dosen serta karyawan / karyawan / karyawati Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
8. Ayahanda tercinta Sarul Edi dan Ibunda tercinta Murni Harisa serta Adinda tersayang Diren Agasi dan Diga Laila serta keluarga besar yang telah memberikan perhatian, semangat, do'a, dorongan dan pengorbanan baik secara moril maupun materil hingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.
9. Teman-teman Prodi Akuntansi angkatan 2010 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang serta rekan-rekan Prodi Ekonomi Pembangunan, Manajemen, dan Pendidikan Ekonomi yang sama-sama berjuang atas motivasi, saran, serta dukungan yang sangat berguna dalam penulisan skripsi ini.
10. Serta semua pihak yang telah membantu dalam proses perkuliahan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga bantuan, bimbingan dan petunjuk yang bapak/ibu dan rekan-rekan berikan menjadi amal ibadah dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Padang, Februari 2015

Diyong Murdi Janra

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS</b> .....	11
A. Kajian Teori .....	11
1. Teori Stakeholder .....	11
2. Teori Legitimasi .....	12
3. Teori Agensi .....	14
4. Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan .....	15
5. Kepemilikan Manajerial .....	31
6. <i>Leverage</i> .....	35
7. Profitabilitas.....	38
8. Ukuran Perusahaan.....	40
B. Penelitian Terdahulu .....	43
C. Hubungan Antar Variabel .....	44
D. Kerangka Konseptual .....	49
E. Hipotesis .....	52
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	53
A. Populasi dan Sampel Penelitian .....	53

B. Jenis dan Sumber Data .....	55
C. Metode Pengumpulan data .....	55
D. Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	56
E. Teknik Analisis Data .....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>69</b>
A. Gambaran Umum BEI dan Perusahaan Manufaktur .....	69
B. Deskriptif Variabel Penelitian .....	72
C. Analisis Deskriptif .....	89
D. Analisis Induktif .....	91
E. Uji Asumsi Klasik .....	95
F. Uji Model .....	99
G. Pembahasan.....	102
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>109</b>
A. Kesimpulan .....	109
B. Keterbatasan Penelitian .....	110
C. Saran .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>112</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Konsep Pengungkapan Informasi Pertanggung jawaban sosial Menurut Global Reporting Initiative.....	20
2. Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	43
3. Kriteria Penelitian .....	54
4. Daftar Perusahaan Sampel .....	54
5. Perhitungan Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan .....	73
6. Data Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan .....	75
7. Data Kepemilikan Manajerial .....	78
8. Data <i>Leverage</i> .....	81
9. Data <i>Return on Asset</i> .....	84
10. Data Ukuran Perusahaan .....	87
11. Deskriptif Statistik .....	90
12. Hasil Uji Chow .....	91
13. Hasil Uji Hausman .....	92
14. Hasil Estimasi Regresi Panel .....	93
15. Hasil Uji Heterokedatisitas .....	98
16. Hasil Uji Multikolonieritas .....	99

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1.Kerangka Konseptual .....	52
2.Hasil Uji Normalitas Sebelum Transformasi .....	95
3.Hasil Uji Normalitas Setelah Transformasi .....	96

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1. Tabulasi Sampel.....	116
2. Tabulasi Data.....	120
3. Hasil Olahan Data Eviews .....	138

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Salah satu standar yang diatur dalam standar akuntansi adalah penyajian atau pengungkapan. Soewardjono (2005) menyatakan bahwa kata pengungkapan secara umum memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi berupa penyajian dalam bentuk seperangkat penuh statemen keuangan.

Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). 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, dalam Sembiring,2005).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan muncul karena adanya tuntutan dari masyarakat dan para pengguna laporan keuangan terhadap dampak kegiatan bisnis perusahaan. Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*) semakin

memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya.

Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi. *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu konsep akuntansi yang dapat membawa perusahaan agar melaksanakan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat. CSR timbul sebagai akibat dari keberadaan perusahaan-perusahaan yang aktivitasnya selain memberi banyak manfaat tetapi menimbulkan banyak dampak negatif.

Permasalahan lingkungan adalah faktor penting yang harus dipikirkan karena pengelolaan lingkungan yang buruk juga terkait dengan berbagai bencana yang terjadi akhir-akhir ini, seperti pencemaran air karena limbah industri, banjir dan tanah longsor yang terjadi hampir di seluruh daerah di Indonesia, kebakaran hutan yang terjadi di Sumatera dan Kalimantan, kasus PT. Freeport di Irian Jaya, serta banjir lumpur di Sidoarjo, yang sampai sekarang belum tertangani dengan baik (Kusumawati,2013).

Seiring meningkatnya masalah sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan, akibat dari lemahnya penegakan peraturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan dan masih bersifat suka rela dalam pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan, maka pada tahun 2007 pemerintah mengambil tindakan dengan mengesahkan Undang-

Undang RI No.40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT). Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 Pasal 1 ayat 3 menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan yang bermanfaat, baik perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Beberapa penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak dilakukan, baik di dalam maupun di luar negeri. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Krapik (1989); Hackston dan Milne (1996); Sembiring (2005); Anggraeni (2006) dan Wijaya (2012) yang meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Diantara faktor-faktor yang menjadi variabel dalam penelitian-penelitian tersebut adalah kepemilikan manajerial, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan.

Kepemilikan manajerial adalah para pemegang saham yang juga berarti dalam hal ini sebagai pemilik dalam perusahaan dari pihak manajemen yang secara aktif dalam pengambilan keputusan dalam suatu perusahaan yang bersangkutan (Downes dan Goodman, 1999, dalam Wijaya dan Budianto, 2012).

Dalam teori agensi dijelaskan bahwa kepentingan manajemen dan kepentingan pemegang saham bertentangan. Hal tersebut disebabkan manajer mengutamakan kepentingan pribadi, sebaliknya pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi manajer tersebut, karena pengeluaran tersebut

akan menambah biaya yang menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan penurunan dividen yang diterima. Perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham ini mengakibatkan munculnya konflik yang disebut *agency conflict*.

Konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil (Jensen dan Meckling, 1976). Dalam hal ini manajer akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan. Sebaliknya semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan image perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut (Gray *et al.*, 1988, dalam Anggraini, 2006), jadi semakin besar kepemilikan manajerial maka semakin luas pula pengungkapan akan informasi pertanggungjawaban sosialnya. Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Fajrina (2014) tidak adanya hubungan antara struktur kepemilikan manajerial dengan pengungkapan CSR.

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. 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. Tingkat *leverage* perusahaan, dengan demikian menggambarkan risiko keuangan perusahaan.

*Leverage* mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan. Semakin tinggi *leverage*, maka keputusan untuk mengungkapkan CSR menjadi semakin berkurang. Hal ini dikarenakan keputusan untuk mengungkapkan CSR dapat membuat suatu pengeluaran yang akan menurunkan pendapatan. Belkaoui dan Karpik (1989), dalam Sembiring (2005) mengatakan bahwa keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*.

Berbeda dengan penelitian tersebut, Anggraini (2006) mengatakan bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dari pada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang merupakan hasil bersih dari kebijakan-kebijakan manajemen, baik dalam mengelola likuiditas, aset ataupun utang perusahaan (Brigham, 1999, dalam Wijaya, 2010). Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin

tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial ( Hackston & Milne, 1996, dalam Anggraini, 2006).

Profitabilitas perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut, dengan kata lain profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah akan lebih berfokus terhadap perbaikan kinerja ekonomi mereka dan memberikan perhatian yang rendah terhadap lingkungan (Elijido-Ten, 2004 dalam Arthana, 2013). Sebaliknya suatu perusahaan yang memiliki profit besar harus aktif melakukan CSR. Dengan profitabilitas yang tinggi, akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSR. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosial. (Amran dan Devi, 2008 dalam Nur dan Priantinah, 2012).

Berbeda dengan penelitian tersebut, Donovan dan Gibson (2000) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*”

kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan. Dalam penelitian Siregar (2010), dalam Wardani (2013), dinyatakan bahwa luasnya tanggung jawab sosial juga dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan (*size*) yang diproksi dengan besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki aset besar tentu lebih luas aktivitas yang dilakukannya termasuk aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan demikian ukuran perusahaan juga dapat diprediksi mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan. Perusahaan besar pada umumnya memiliki jumlah aset yang besar, penjualan yang besar, *skill* karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih, jenis produk yang banyak, sehingga memungkinkan tingkat pengungkapan yang lebih luas.

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). Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Sementara Anggraini (2006) tidak menemukan hubungan antara keduanya.

Berdasarkan uraian dan fenomena-fenomena di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai beberapa faktor yang

berpengaruh terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) yang masih menunjukkan hasil yang beragam, bahkan bertentangan antara hasil penelitian yang satu dengan yang lainnya sehingga menarik untuk diteliti lebih lanjut sebagai usaha mendapatkan hasil yang lebih konsisten. Dengan demikian, maka dibuat suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (*Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010–2013*) ”**

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Sejauhmana pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ( BEI ) tahun 2010 – 2013 ?
2. Sejauhmana pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ( BEI ) tahun 2010 – 2013 ?
3. Sejauhmana pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ( BEI ) tahun 2010 – 2013 ?

4. Sejahteramana pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ( BEI ) tahun 2010 – 2013 ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ( BEI ) tahun 2010 - 2013.
2. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ( BEI ) tahun 2010 - 2013.
3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ( BEI ) tahun 2010 - 2013.
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ( BEI ) tahun 2010 - 2013.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, untuk mendapatkan pemahaman mengenai pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan (*Corporate Social*

*Responsibility*), mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

2. Bagi akademisi, Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dalam penelitian- penelitian selanjutnya untuk menambah informasi.
3. Bagi perusahaan, untuk memberikan masukan bagi pengembangan penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan, dan meningkatkan kesadaran perusahaan akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, serta sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial perusahaan.
4. Bagi pemerintah, untuk mengetahui sampai sejauh mana pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang telah dilakukan perusahaan. Sehingga pemerintah dapat mempertimbangkan suatu standar pelaporan CSR yang sesuai dengan kondisi Indonesia.

## BAB II

### KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

#### A. Kajian Teori

Dalam bagian ini akan dipaparkan teori-teori yang melandasi penelitian ini, mulai dari teori *stakeholder*, teori *legitimacy*, dan teori keagenan penjelasan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan, pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan, dan definisi variabel penelitian, yaitu kepemilikan manajerial, *leverage*, Profitabilitas, dan ukuran perusahaan.

##### 1. Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Purnasiwi, 2011).

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

pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik, dan asosiasi perdagangan.

Pada dasarnya, kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan *stakeholders* dan dukungan tersebut harus dicari oleh perusahaan. Kegiatan perusahaan dalam mencari dukungan tersebut disebut aktivitas perusahaan sehari-hari. Semakin *powerful stakeholders*, maka semakin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari hubungan antara perusahaan dengan *stakeholders*-nya (Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Laksmitaningrum, 2013).

Dengan adanya teori *stakeholder* ini kita dapat memberikan landasan bahwa suatu perusahaan harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholders* karena Tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholders* yang terkait dan atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Manfaat tersebut dapat diberikan dengan cara menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan yang menjalankan CSR akan memperhatikan dampak aktivitas yang dilakukan terhadap kondisi sosial dan lingkungan, dan berupaya agar memberikan dampak positif.

## **2. Teori Legitimasi**

Teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi, karena teori legitimasi adalah hal yang paling penting bagi organisasi. Batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-

nilai sosial serta reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Teori legitimasi dilandasi oleh kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Adawiyah, 2013).

Teori legitimasi menjelaskan tentang pengakuan masyarakat. Perusahaan membutuhkan pengakuan masyarakat dengan cara mengungkapkan CSR agar perusahaannya dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Diterimanya suatu perusahaan oleh masyarakat, merupakan suatu bentuk legalitas bagi perusahaan. Pengungkapan CSR oleh perusahaan memberikan image positif dimata para *stakeholder*, sehingga dapat menunjang keberlangsungan hidup perusahaan tersebut.

Dengan melakukan pengungkapan sosial, perusahaan merasa keberadaan dan aktivitasnya terlegitimasi. Perusahaan yang melaporkan kinerjanya berpengaruh terhadap nilai sosial dimana perusahaan tersebut beroperasi. Hal ini disebabkan karena legitimasi dipengaruhi oleh kultur, interpretasi masyarakat yang berbeda, sistem politik dan ideologi pemerintah (Gray *et. al.*, 1995 dalam Tamba, 2011).

Praktik- praktik tanggung jawab sosial dan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dapat dipandang sebagai suatu usaha untuk memenuhi

harapan- harapan masyarakat terhadap perusahaan. Perusahaan yang selalu berusaha untuk menyelaraskan diri dengan norma- norma yang ada di dalam masyarakat dan mengantisipasi terjadinya *legitimacy gap* maka perusahaan tersebut dapat terus dianggap sah dalam masyarakat dan dapat terus bertahan hidup.

Dengan adanya teori legitimasi kita dapat memberikan landasan bahwa perusahaan harus menaati norma-norma yang berlaku di masyarakat dimana perusahaan berada agar operasi perusahaan juga dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya konflik dari masyarakat sekitar. Untuk hal tersebut, perusahaan dapat menyesuaikan diri dengan cara mengembangkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan adanya program *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat sekitar sehingga masyarakat sekitar dapat menerima baik keberadaan perusahaan di lingkungannya.

### **3. Teori Agensi**

Teori keagenan didefinisikan sebagai hubungan antara agen (manajemen perusahaan) dengan *principal* (pemilik usaha). Di dalam hubungan keagenan ini terdapat suatu kontrak dimana satu orang atau lebih (*principal*) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama *principal* dan memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi *principal*. Namun terkadang manajemen tidak akan selalu bertindak untuk kepentingan pemilik yang lebih berorientasi pada keuntungan jangka panjang. Manajemen memiliki kecenderungan untuk

memaksimalkan keuntungan jangka pendek sehingga menimbulkan konflik keagenan.

Konflik keagenan ini dapat dikurangi dengan memaksimalkan jumlah kepemilikan manajerial. Dengan menambah jumlah kepemilikan manajerial, maka manajemen akan merasakan dampak langsung atas setiap keputusan yang mereka ambil karena mereka menjadi pemilik perusahaan.

#### **4. Pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR)**

##### **a) Pengertian CSR**

Definisi mengenai *Corporate Social Responsibility* sekarang ini sangatlah beragam. *World bank* (bank dunia) mendefinisikan CSR sebagai: “*CSR is commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of live, in ways that are both good for business and good for development.*”

Maksud dari definisi tersebut adalah CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan suatu komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan yang dapat bekerja sama dengan karyawan dan perwakilan mereka, masyarakat sekitar dan masyarakat yang lebih luas untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan cara yang baik bagi bisnis maupun pengembangan. Sedangkan menurut sebuah organisasi dunia *World Bisnis Council for Sustainable Development* (WBCD) menyatakan bahwa CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada

pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarga..

Tujuan dari adanya CSR yaitu sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan karena dampak-dampak lingkungan yang ditimbulkannya. Kondisi dunia yang tidak menentu seperti terjadinya *global warming*, kemiskinan yang semakin meningkat serta memburuknya kesehatan masyarakat memicu perusahaan untuk melakukan tanggung jawabnya.

CSR bagian yang penting dalam strategi perusahaan dalam berbagai sektor dimana terjadi ketidak konsistenan antara keuntungan perusahaan dan tujuan sosial, atau perselisihan yang dapat terjadi karena isu-isu tentang kewajaran yang berlebihan (Heal, 2004 dalam Tamba, 2011).

Jadi CSR merupakan suatu bentuk kepedulian sosial sebuah perusahaan untuk melayani kepentingan organisasi maupun kepentingan publik eksternal. CSR juga dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasi dalam dimensi sosial, ekonomi serta lingkungan.

#### **b) Pengungkapan CSR**

Kata pengungkapan secara umum memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi berupa penyajian dalam bentuk

seperangkat penuh statemen keuangan (Soewardjono,2005) . Pengungkapan (*disclosure*) berarti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan informasi.

Pengungkapan (*disclosure*) dibutuhkan oleh perusahaan. Perusahaan terkadang membuat pengungkapan yang lebih luas guna mendapatkan keuntungan. Tampaknya, kompetisi atas investasi dana merupakan faktor pendorong utama dalam meningkatkan pengungkapan oleh perusahaan. *Disclosure* juga menjadi salah satu upaya mewujudkan transparansi dalam dunia bisnis sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pengguna laporan keuangan. Secara umum, tujuan pengungkapan adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan melayani berbagai pihak yang mempunyai kepentingan berbeda (Soewardjono,2005).

Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku.

Pengungkapan juga diwajibkan untuk tujuan melindungi, informatif, atau melayani kebutuhan khusus. Pengungkapan tanggung jawab sosial sendiri merupakan proses pengkomunikasian efek-efek sosial dan lingkungan atas tindakan-tindakan ekonomi perusahaan pada kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dan pada masyarakat secara keseluruhan (Gray *et.al.*, 1987 dalam Waryanto, 2010). Pengungkapan CSR di Indonesia telah

diatur pelaksanaannya dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 (revisi 2007) paragraph 9 yang secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah sosial.

Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya (Anggraini, 2006). Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi.

Pengungkapan CSR dapat dilihat melalui laporan keberlanjutan suatu perusahaan (*sustainability report*) yang diterbitkan melalui laporan keuangan tahunan atau secara terpisah diterbitkan tersendiri dalam laporan keberlanjutan suatu perusahaan. Laporan keberlanjutan adalah suatu laporan praktek hasil pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi yang ditujukan kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Sebuah laporan keberlanjutan harus menyediakan gambaran kinerja keberlanjutan sebuah organisasi yang berimbang dan masuk akal, termasuk kontribusi yang telah dilakukan oleh perusahaan (Purnasiwi, 2011).

Pada bulan September 2004, ISO (*International Organization for Standardization*) sebagai induk organisasi standarisasi internasional,

berinisiatif membentuk tim (*working group*) yang memprakarsai lahirnya panduan dan standarisasi untuk tanggung jawab sosial yang diberi nama ISO 26000: *Guidance Standard on Social Responsibility*. Kegiatan ISO dalam tanggungjawab sosial terletak pada pemahaman umum bahwa *social responsibility* adalah sangat penting untuk kelanjutan suatu organisasi.

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

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

Pada penelitian ini, peneliti mengidentifikasi pengungkapan CSR dengan menggunakan standar GRI (*Global Reporting Initiative*) yang terdiri dari 79 pengungkapan. *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai sebuah

jaringan pelopor perkembangan dunia yang berbasis organisasi dan paling banyak digunakan dalam laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)). GRI digagas oleh PBB melalui *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) dan UNEP pada tahun 1997. Indikator-indikator pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan GRI dapat dilihat pada table 1.

**Table 1. Konsep Pengungkapan Informasi Pertanggung jawaban sosial Menurut *Global Reporting Initiative***

A	DAMPAK EKONOMI (EC)	INDIKATOR KINERJA
.	Aspek : Kinerja Ekonomi ( <i>Economic Performance</i> )	EC1 (CORE) Nilai ekonomi yang dihasilkan : pendapatan, biaya usaha, kompensasi karyawan, donasi dan investasi pada masyarakat, saldo laba dan pembayaran kepada penyedia modal dan pemerintah.
.		EC2 (CORE) Implikasi perubahan iklim ( <i>climate change</i> ) terhadap keuangan, risiko, dan kesempatan dalam berusaha.
.		EC3 (CORE) Cakupan rencana pensiun yang akan diberika oleh perusahaan kepada karyawannya, baik untuk menutup pembayaran pensiun selain jangka waktu panjang, maupun untuk meningkatkan motivasi karyawan.
.		EC4 (CORE) Bantuan keuangan yang diterima dari pemerintah.
.	Aspek : Keberadaan Pasar	EC5 (ADD) Rasio tingkat upah awal (standar) dibandingkan

	( <i>Market Performance</i> )	dengan Upah Minimum Regional (UMR) berdasarkan wilayah kerja.
		EC6 (CORE) Kebijakan, praktik, dan besarnya transaksi pembelian dengan <i>supplier</i> lokal sesuai lokasi kegiatan perusahaan
		EC7 (CORE) Prosedur perekrutan karyawan lokal dan proporsi manajemen senior yang diangkat dari komunitas lokal tempat perusahaan beroperasi.
	Aspek : Dampak Ekonomi Tidak Langsung (Indirect Economic Impact)	EC8 (CORE) Pembangunan dan dampak investasi infrastruktur dan jasa untuk kepentingan publik.
		EC9 (CORE) Gambaran signifikansi dampak ekonomi tidak langsung, termasuk seberapa besar dampak tersebut mempengaruhi masyarakat.
B.	DAMPAK LINGKUNGAN (EN)	INDIKATOR KINERJA
	Aspek : Bahan Baku ( <i>materials</i> )	EN1 (CORE) Jumlah bahan baku yang digunakan berdasarkan berat dan volumenya
		EN2 (CORE) Persentase bahan baku yang dapat didaur ulang ( <i>recycle</i> ) setelah bahan baku tersebut diolah menjadi barang jadi.
	Aspek : Energi ( <i>energy</i> )	EN3 (CORE) Pemakaian / konsumsi energi langsung berdasarkan sumber energi utama.
		EN4 (CORE) Pemakaian / konsumsi energi tidak langsung berdasarkan sumber energi utamanya.
		EN5 (ADD) Penghematan energi yang dapat dilakukan sebagai akibat konservasi energi dan perbaikan efisiensi energi.
		EN6 (ADD) Inisiatif dan usaha perusahaan untuk menyediakan

		produk hemat energi atau produk dengan energi terbarukan ( <i>renewable energy</i> )
		EN7 (ADD) Usaha untuk mengurangi pemakaian energi tidak langsung dan tercapainya target penghematan.
	Aspek : Air ( <i>Water</i> )	EN8 (CORE) Total pengambilan air berdasarkan sumbernya.
		EN9 (ADD) Sumber air yang secara signifikan terpengaruh oleh pengambilan air.
		EN10 (ADD) Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan lagi
	Aspek : Keanekaragaman Hayati ( <i>Biodiversity</i> )	EN11 (CORE) Lokasi dan luas tanah yang dimiliki, disewa, atau dikelola perusahaan yang berdekatan dengan area yang kaya akan keanekaragaman hayati baik yang dilindungi maupun tidak dilindungi.
		EN12 (CORE) Uraian tentang dampak signifikan dari aktivitas perusahaan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati yang berada pada daerah yang dilindungi maupun tidak dilindungi.
		EN13 (ADD) Habitat yang dilindungi atau direstorasi.
		EN14 (ADD) Strategi, tindakan saat ini, dan rencana ke depan untuk mengelola dampak perusahaan terhadap keanekaragaman hayati.
	Aspek : Emisi, Effluents, dan Limbah ( <i>Emission, Effluents, and waste</i> )	EN15 (ADD) Total spesies yang dilindungi secara internasional maupun nasional yang hidup di habitat pada area yang terkena dampak operasional, berdasar tingkat resiko kepunahan.
		EN16 (CORE) Total emisi gas rumah kaca ( <i>green-house gas</i> ) langsung atau tidak langsung berdasarkan berat emisi.
		EN17 (CORE) Emisi gas rumah kaca ( <i>green-house gas</i> ) lainnya yang relevan berdasarkan berat emisi.
		EN18 (ADD) Usaha untuk mengurangi emisi gas rumah kaca ( <i>green-house gas</i> ) dan tingkat pengurangan yang

		dicapai.
		EN19 (CORE) Emisi gas yang dapat menipiskan lapisan ozon berdasarkan berat emisi
		EN20 (CORE) Emisi gas lainnya berdasarkan jenis dan berat.
		EN21 (CORE) Total air yang dibuang berdasarkan kualitas air dan tujuan aliran.
		EN22 (CORE) Total berat limbah berdasarkan tipe dan metode pembuangan.
		EN23 (CORE) Total jumlah dan volume kebocoran yang signifikan.
		EN24 (ADD) Berat limbah berbahaya yang dipindah, diimpor, diekspor, atau diperlakukan sesuai <i>Basel Convention Annex I, II, III, dan IV</i> , dan persentase limbah pindahan yang dikirim internasional dengan kapal.
		EN25 (ADD) Identitas, ukuran, status dilindungi, dan nilai keanekaragaman hayati dari air dan habitat lain yang dipengaruhi secara signifikan oleh pembuangan sampah perusahaan.
	Aspek : Produk dan Jasa ( <i>product and services</i> )	EN26 (CORE) Inisiatif untuk mengurangi dampak buruk produk dan jasa terhadap lingkungan serta mengukur sejauh mana inisiatif tersebut berpengaruh.
		EN27 (CORE) Persentase produk terjual beserta jenis material kemasan yang digunakan, di mana penggunaan material kemasan tersebut dapat didaur ulang.
	Aspek : Kepatuhan ( <i>Compliance</i> )	EN28 (CORE) Besarnya denda keuangan dan sanksi lain karena tidak memenuhi regulasi lingkungan.
	Aspek : Transpor (Transport)	EN29 (ADD) Pengaruh pemindahan produk dan bahan baku yang digunakan perusahaan dan pemindahan tenaga kerja terhadap kondisi lingkungan.
	Aspek : Lingkungan Menyeluruh ( <i>Overall</i> )	EN30 (ADD) Total investasi dan pengeluaran lain untuk melindungi /memperbaiki lingkungan berdasarkan

		jenisnya.
C	TANGGUNG JAWAB PRODUCT ( <i>Product Responsibility</i> )	INDIKATOR KINERJA
	Aspek : Kesehatan dan keamanan pelanggan ( <i>Customer Health and Safety</i> )	PR1 (CORE) Tahapan daur hidup di mana dampak produk dan jasa yang menyangkut kesehatan dan keamanan dinilai untuk penyempurnaan, dan persentase dari kategori produk dan jasa yang penting yang harus mengikuti prosedur tersebut.
		PR2 (ADD) Jumlah ketidakpatuhan (non-compliance) terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk.
	Aspek: Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa ( <i>Product and Service Labelling</i> )	PR3 (CORE) Jenis informasi produk dan jasa yang dipersyaratkan oleh prosedur dan persentase produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut.
		PR4 (ADD) Jumlah ketidakpatuhan (non-compliance) peraturan dan voluntary codes mengenai penyediaan informasi produk dan jasa serta pemberian label, per produk.
		PR5 (ADD) Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan.
	Aspek : Komunikasi Pemasaran ( <i>Marketing Communication</i> )	PR6 (CORE) Program-program untuk ketaatan kepada hukum, standar dan yang terkait dengan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi dan sponsorship.
		PR7 (ADD) Jumlah ketidakpatuhan (non-compliance) peraturan dan voluntary codes sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya.

	Aspek : Keleluasaan Pribadi Pelanggan ( <i>Customer Privacy</i> )	PR8 (ADD) Jumlah keseluruhan dari pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran keleluasaan pribadi (privacy) pelanggan dan hilangnya data pelanggan
	Aspek: Kepatuhan (Compliance)	PR9 (CORE) Nilai moneter dari denda ketidakpatuhan (noncompliance) hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa.
D	PRAKTEK TENAGA KERJA DAN PEKERJAAN YANG LAYAK ( <i>Labor Practices &amp; Decent Work (LA)</i> )	INDIKATOR KINERJA
	Aspek : Pekerjaan ( <i>Employment</i> )	LA1 (CORE) Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan, dan wilayah.
		LA2 (CORE) Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah.
		LA3 (ADD) Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap(purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya.
	Aspek: Tenaga kerja /Hubungan Manajemen ( <i>Labor/ Management Relations</i> )	LA4 (CORE) Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar-menawar kolektif tersebut.
	Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Jabatan( <i>Occupatio nal Health and Safety</i> )	LA6 (ADD) Persentase jumlah angkatan kerja yang resmi diwakili dalam panitia Kesehatan dan Keselamatan antara manajemen dan pekerja yang membantu memantau dan memberi nasihat untuk program keselamatan dan kesehatan jabatan.
		LA7 (CORE) Tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan

		ketidakhadiran, dan jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah.
		LA8 (CORE) Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/ bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko setempat untuk membantu para karyawan, anggota keluarga dan anggota masyarakat, mengenai penyakit berat/berbahaya.
		LA9 (ADD) Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan.
	Aspek : Pelatihan dan Pendidikan <i>(Training and Education)</i>	LA10 (CORE) Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan.
		LA11 (ADD) Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang menjangkau kelangsungan pekerjaan karyawan dan membantu mereka dalam mengatur akhir karier.
		LA12 (ADD) Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.
	Aspek : Keberagaman dan Kesempatan Setara <i>(Diversity and Equal Opportunity)</i>	LA13 (CORE) Komposisi badan pengelola/penguasa dan perincian karyawan tiap kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.
		LA14 (CORE) Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan.
E	HAK ASASI MANUSIA <i>(Human Rights Performance Indicators)</i>	INDIKATOR KINERJA
	Aspek : <i>Investment and Procurement Practices</i>	HR1 (CORE) Total perjanjian investasi yang dirancang dengan mempertimbangkan isu hak asasi manusia.
		HR2 (CORE) Persentase supplier dan kontraktor penting yang peduli dan selalu mempertimbangkan isu hak

		asasi manusia.
		HR3 (ADD) Total jam pelatihan pekerja yang berhubungan dengan kebijakan dan prosedur tentang aspek hak asasi manusia yang relevan dengan kegiatan kerja termasuk persentase karyawan yang mengikuti pelatihan.
	Aspek : <i>Nondiscrimination</i>	HR4 (CORE) Total kejadian yang berhubungan dengan diskriminasi dan tindakan yang dilakukan perusahaan terhadap diskriminasi tersebut.
	Aspek : <i>Freedom of Association and Collective Bargaining</i>	HR5 (CORE) Kegiatan yang menunjukkan adanya kebebasan karyawan dalam membentuk asosiasi dan tawarmenawar kolektif serta dukungan perusahaan terhadap hal tersebut.
	Aspek : Tenaga kerja anak-anak ( <i>Child Labor</i> )	HR6 (CORE) Kegiatan yang melibatkan pekerja anak-anak dan tindakan/ukuran yang digunakan untuk menghilangkan keberadaan pekerja anak-anak.
	Aspek : Forced and Compulsary Labor	HR7 (CORE) Kegiatan yang dapat menimbulkan resiko munculnya paksaan/tekanan kepada pekerja dan usaha yang dilakukan untuk menghilangkan kemungkinan munculnya kejadian tersebut.
	Aspek : <i>Security Practices</i>	HR8 (ADD) Persentase petugas keamanan yang dilatih untuk memahami kebijakan atau prosedur yang berkaitan dengan hak asasi manusia.
	Aspek : <i>Indigenous Rights</i>	HR9 (ADD) Total kejadian pelanggaran yang melibatkan hak-hak kaum pribumi (penduduk setempat) dan tindakan yang dilakukan perusahaan untuk mengatasinya.
F	Masyarakat / Sosial	INDIKATOR KINERJA
	Aspek : Komunitas (Community)	SO1 Sifat dasar, ruang lingkup, dan keefektifan setiap program dan praktek yang dilakukan untuk menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, baik pada saat memulai, pada saat beroperasi, dan pada saat mengakhiri.
	Aspek : Korupsi (Corruption)	SO2 Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki

		risiko terhadap korupsi.
		S03 Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi.
		S04 Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.
	Aspek : Kebijakan Publik (Public Policy)	S05 Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan publik.
		S06 Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.
	Aspek: Kelakuan Tidak Bersaing ( <i>Anti-Competitive Behavior</i> )	S07 Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, anti-trust, dan praktek monopoli serta sanksinya.
	Aspek: Kepatuhan (Compliance)	S08 Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.

Sumber: GRI G3 ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org))

### c) Manfaat Melaksanakan dan Kerugian Tidak Melaksanakan CSR

Menurut Untung (2008), manfaat CSR bagi perusahaan antara lain:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.

Kontribusi positif pasti juga akan mendongkrak reputasi dan image positif perusahaan. Inilah yang menjadi modal non financial utama bagi perusahaan sementara bagi stakeholdernya menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan.

2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.

Masyarakat sekitar perusahaan merupakan komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan benefit dari keberadaan perusahaan maka pasti dengan sendirinya mereka ikut merasa memiliki perusahaan sehingga imbalan yang diberikan ke perusahaan paling tidak adalah keleluasaan perusahaan untuk menjalankan bisnisnya di wilayah tersebut.

3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan.

Mengelola resiko di tengah kompleksnya permasalahan perusahaan merupakan hal yang esensial untuk suksesnya usaha. Perusahaan harus menyadari bahwa kegagalan untuk memenuhi ekspektasi stakeholders pasti akan menjadi bom waktu yang dapat memicu resiko yang tidak diharapkan misalnya, penghentian operasi, yang ujungnya akan merusak dan menurunkan reputasi bahkan kinerja perusahaan.

4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan .

Pengelolaan yang baik CSR merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.

5. Membuka peluang besar.

Investasi yang ditanamkan untuk program CSR ini dapat menjadi jalan bagi perusahaan menuju peluang besar yang terbuka lebar. Termasuk di dalamnya akan memupuk realitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.

6. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.

Banyak keuntungan yang didapat dari melaksanakan program CSR diantaranya pengurangan limbah industri melalui proses daur ulang kedalam proses produksi.

7. Memperbaiki hubungan dengan regulator.

Perusahaan yang melakukan program CSR pada dasarnya membantu meringankan beban pemerintah sebagai regulator untuk mensejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan. Tanpa bantuan dari perusahaan, umumnya terlalu berat bagi pemerintah untuk menanggung beban tersebut.

8. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.

Kesejahteraan yang diberikan para pelaku CSR umumnya sudah jauh melebihi standar normatif kewajiban yang dibebankan kepada perusahaan. oleh karenanya wajar bila karyawan terpacu untuk meningkatkan kinerjanya. Disamping itu reputasi perusahaan yang baik dimata *stakeholders* juga merupakan vitamin tersendiri bagi karyawan untuk meningkatkan motivasi dalam berkarya.

9. Peluang mendapatkan penghargaan.

Banyak reward ditawarkan bagi penggiat CSR. Sehingga kesempatan untuk mendapatkan penghargaan mempunyai peluang yang cukup tinggi.

Menurut WBCSD dalam Adawiyah (2013) tidak melaksanakan CSR dapat berakibat terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan terjadi dalam kegiatan usaha, diantaranya:

- a. Boikot konsumen
- b. Serangan terhadap aset tetap seperti tanah perkebunan dan bangunan
- c. Kegagalan untuk menarik karyawan yang berkualitas dan kehilangan dukungan dari karyawan
- d. Pengeluaran ekstra untuk memperbaiki kesalahan dimasa lalu
- e. Kesulitan dengan siklus hidup perusahaan (konsumen akhir dan pemasok).

Jika hubungan antara masyarakat dan perusahaan tidak baik bisa dipastikan akan ada masalah sehingga dapat menghambat jalannya operasi perusahaan. Dalam persaingan pasar yang kian kompetitif, CSR bisa memberikan citra perusahaan yang khas, baik, dan etis di mata publik yang pada gilirannya menciptakan *customer loyalty*.

## **5. Kepemilikan Manajerial**

Kepemilikan manajerial adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Pihak tersebut adalah mereka yang duduk di dewan komisaris dan dewan direksi perusahaan. Keberadaan manajemen perusahaan mempunyai latar belakang yang berbeda, antara lain:

- 1) mereka mewakili pemegang saham institusi;
- 2) mereka adalah tenaga - tenaga profesional yang diangkat oleh pemegang saham dalam Rapat Umum Pemegang Saham;

3) mereka duduk di jajaran manajemen perusahaan karena turut memiliki saham.

Adanya kepemilikan saham oleh pihak manajemen akan menimbulkan suatu pengawasan terhadap kebijakan - kebijakan yang diambil oleh manajemen perusahaan. Kepemilikan manajerial juga dapat diartikan sebagai persentase saham yang dimiliki oleh manajer dan direktur perusahaan pada akhir tahun untuk masing - masing periode pengamatan.

Masalah teknis tidak akan timbul jika kepemilikan dan pengelolaan perusahaan tidak dijalankan secara terpisah. Pemilik (pemegang saham) bertujuan untuk memaksimalkan kekayaannya dengan melihat nilai sekarang dari arus kas yang dihasilkan oleh investasi perusahaan sedangkan manajer bertujuan pada peningkatan pertumbuhan dan ukuran perusahaan. Tujuan manajer ini dilandasi oleh dua alasan, yaitu :

- 1) Pertumbuhan yang meningkat akan memberikan peluang bagi manajer bawah dan menengah untuk dipromosikan. Selain itu, manajer dapat membuktikan diri sebagai karyawan yang produktif sehingga dapat diperoleh penghargaan lebih dari wewenang untuk menentukan pengeluaran (biaya-biaya)
- 2) Ukuran perusahaan yang semakin besar memberikan keamanan pekerjaan atau mengurangi kemungkinan lay-off dan kompensasi yang semakin besar. Semakin besar proporsi kepemilikan manajemen pada perusahaan, maka manajemen cenderung berusaha lebih giat untuk kepentingan pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri.

Kepemilikan saham manajerial akan membantu penyatuan kepentingan antar manajer dengan pemegang saham. Kepemilikan manajerial akan mensejajarkan kepentingan manajemen dengan pemegang saham, sehingga manajer ikut merasakan secara langsung manfaat dari keputusan yang diambil dan ikut pula menanggung kerugian sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah. Argumen tersebut mengindikasikan mengenai pentingnya kepemilikan manajerial dalam struktur kepemilikan perusahaan.

Jensen dan Meckling mengemukakan bahwa kepemilikan saham oleh manajer akan mempengaruhi kinerja manajer dalam menjalankan operasi perusahaan. Manajer yang memiliki saham dalam perusahaan akan berusaha meningkatkan kinerja perusahaan, karena dengan meningkatnya laba perusahaan maka insentif yang diterima oleh manajer akan meningkat pula.

Berdasarkan teori keagenan, hubungan antara manajemen dengan pemegang saham, rawan untuk terjadinya masalah keagenan. Teori keagenan menyatakan bahwa salah satu mekanisme untuk memperkecil adanya konflik agensi dalam perusahaan adalah dengan memaksimalkan jumlah kepemilikan manajerial. Dengan menambah jumlah kepemilikan manajerial, maka manajemen akan merasakan dampak langsung atas setiap keputusan yang mereka ambil karena mereka menjadi pemilik perusahaan.

Konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil. Dalam hal ini manajer akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingan dirinya

dibandingkan kepentingan perusahaan. Sebaliknya semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan image perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut.

Peningkatan atas kepemilikan manajerial akan membuat kekayaan manajemen secara pribadi semakin terikat dengan kekayaan perusahaan sehingga manajemen akan berusaha mengurangi resiko kehilangan kekayaannya. Kepemilikan manajerial yang tinggi berakibat pada rendahnya dividen yang dibayarkan kepada *shareholder*. Hal ini disebabkan karena pembiayaan yang dilakukan oleh manajemen terhadap nilai investasi di masa yang akan datang bersumber dari biaya internal.

Struktur kepemilikan manajerial dapat diukur sesuai dengan proporsi saham biasa yang dimiliki oleh manajerial, dapat dirumuskan:

$$\text{Kepemilikan Manajerial} = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham oleh pihak manajemen}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

Sumber: Tamba (2011)

Total saham manajerial yang dimaksud adalah jumlah persentase saham yang dimiliki oleh manajemen pada akhir tahun. Sedangkan total saham yang beredar, dihitung dengan menjumlahkan seluruh saham yang diterbitkan oleh perusahaan tersebut pada akhir tahun.

## 6. *Leverage*

*Leverage* merupakan salah satu rasio keuangan, yaitu untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Artinya berapa besar utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasinya. Dalam arti luas dikatakan bahwa *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (likuidasi).

*Leverage* mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan, rasio ini berhubungan dengan keputusan pendanaan dimana perusahaan lebih memilih pembiayaan hutang dibandingkan modal sendiri. Rasio ini juga menunjukkan seberapa besar perusahaan dibiayai oleh pihak luar atau kreditur. 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.

Dalam praktiknya, apabila perusahaan ternyata memiliki tingkat *leverage* yang tinggi, hal ini akan berdampak timbulnya resiko kerugian lebih besar, tetapi juga ada kesempatan mendapatkan laba besar juga. Sebaliknya apabila perusahaan memiliki *leverage* yang rendah tentu mempunyai resiko kerugian lebih kecil juga terutama saat perekonomian menurun. Dampak ini juga mengakibatkan rendahnya tingkat hasil pengembalian (*return*) pada saat perekonomian tinggi.

Menurut Kasmir (2012) dalam bukunya Analisis Laporan Keuangan mengatakan terdapat beberapa tujuan penggunaan rasio *leverage* bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan diantaranya, yaitu:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor);
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap;
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal;
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang;
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.

Oleh karena itu, manajer keuangan dituntut untuk mengelola rasio *leverage* dengan baik sehingga mampu menyeimbangkan pengembalian yang tinggi dengan tingkat resiko yang dihadapi. Perlu dicermati pula bahwa besar kecilnya *leverage* ini sangat tergantung dari pinjaman yang dimiliki perusahaan, disamping aktiva yang dimilikinya.

Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders* dengan melaporkan laba yang lebih tinggi. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Kontrak utang biasanya berisi tentang ketentuan bahwa perusahaan

harus menjaga tingkat *leverage* tertentu (rasio utang/ekuitas), *interest coverage*, modal kerja dan ekuitas pemegang saham. Oleh karena itu semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio utang/ekuitas) semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi. Supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial).

Menurut Kasmir (2012) dalam mengukur tingkat *leverage* ada beberapa rasio yang bisa dipakai. Diantaranya akan dijelaskan dibawah ini, yaitu:

a) *Total Debt to Equity Ratio* (Rasio Hutang terhadap Ekuitas), yaitu perbandingan antara hutang–hutang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibannya. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus yaitu:

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

b) *Total Debt to Total Asset Ratio* (Rasio Hutang terhadap Total Aktiva), yaitu perbandingan antara hutang lancar dan hutang jangka panjang dan jumlah seluruh aktiva diketahui. Rasio ini menunjukkan berapa bagian dari keseluruhan aktiva yang dibelanjai oleh hutang. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus yaitu:

$$\text{Debt to Total Asset Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

## 7. Profitabilitas

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan (profit) yang maksimal, disamping hal-hal lainnya. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas.

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya dalam penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Selain itu keuntungan (profitabilitas) sangat penting bagi perusahaan bukan saja untuk terus mempertahankan pertumbuhan bisnisnya namun juga memperkuat kondisi keuangan perusahaan.

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan diantaranya, yaitu :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode tertentu;
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu;

4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;

Menurut Brigham dan Houston (2006) dalam mengukur tingkat profitabilitas ada beberapa rasio yang bisa dipakai. Diantaranya akan dijelaskan dibawah ini, yaitu:

- a) *Gross Profit Margin* (Margin Laba Kotor), yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan penjualan dalam menghasilkan laba kotor. Sehingga bisa diketahui tingkat penjualan yang berhasil dilakukan akan memberikan tingkat pendapatan yang berupa laba kotor, dengan rumus:

$$\mathbf{Gross\ Profit\ Margin = \frac{Laba\ kotor}{penjualan\ bersih}}$$

- b) *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih), yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan penjualan dalam menghasilkan laba bersih.

$$\mathbf{Net\ Profit\ Margin = \frac{Laba\ Setelah\ Pajak}{penjualan\ bersih}}$$

- c) *Return On Asset* (Pengembalian atas Asset), yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan netto.

$$\mathbf{Return\ On\ Asset = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ aktiva}}$$

d) *Return On Equity* (Pengembalian atas Ekuitas), yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan bagi seluruh pemegang saham, baik saham biasa maupun saham preferen.

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

Penelitian ini memfokuskan terhadap rasio profitabilitas dengan *Return On Asset* sebagai indikatornya. Rasio ini merupakan rasio yang terpenting untuk mengetahui profitabilitas suatu perusahaan. *Return on asset* merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

## 8. Ukuran 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 atau swasta) dan usaha asing yang melakukan kegiatan di Indonesia.

Ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aktiva, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Semakin besar nilai item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran

uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat.

Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Cowen *et al.*, (1987) dalam Sembiring (2005), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan 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 sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas. Ada dugaan bahwa perusahaan kecil akan mengungkapkan lebih rendah kualitasnya dibandingkan perusahaan besar. Hal ini karena ketiadaan sumber daya dan dana yang cukup besar dalam laporan tahunan.

Dari sisi tenaga kerja, dengan semakin banyaknya jumlah tenaga kerja dalam suatu perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja akan semakin besar. Program berkaitan dengan tenaga kerja yang merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan, akan semakin banyak dilakukan oleh perusahaan. Hal ini berarti program tanggung jawab sosial perusahaan juga semakin banyak dan akan diungkapkan dalam laporan tahunan. Oleh karena itu perusahaan yang lebih besar lebih dituntut untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Dalam penelitian ini menggunakan proksi total aktiva untuk mewakili ukuran perusahaan. Semakin besar total aktiva maka semakin besar ukuran perusahaan.

## B. Penelitian Terdahulu

**Table 2. Ringkasan Penelitian Terdahulu**

NO	PENELITI	JUDUL	HASIL PENELITIAN
1	Edi Rismanda Sembiring (2005)	Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung Jawab sosial.	1. <i>Size</i> perusahaan, profile dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. 2. <i>Leverage</i> , dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.
2	Fr. Reni. Retno Anggraini (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)	1. Kepemilikan manajemen dan tipe industri yang berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Informasi Sosial. 2. Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.
3	Maria Wijaya (2010)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	1. Ukuran dewan komisaris dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pngungkapan tanggung jawab sosial 3. Probabilitas dan kinerja lingkungan memiliki pengaruh yang tidak

			signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial
4	Rita Anugerah, Roland Hutabarat, dan W. Faradilla (2010)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang <i>Listing</i> di BEI	1. Ukuran Perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan 2. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif tapi tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
5	Rizkia Anggita Sari (2012)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap <i>Corporate Responsibility Sosial Disclosure</i> Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	1. <i>profile</i> memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> 2. variabel <i>size</i> dan profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> . 3. <i>leverage</i> tidak mempengaruhi <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>

Sumber : Penelitian-penelitian terdahulu

### C. Hubungan Antar Variabel

#### 1. Kepemilikan Manajerial dengan Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan

Berdasarkan teori keagenan, hubungan antara manajemen dengan pemegang saham, rawan terjadinya masalah keagenan. Teori keagenan menyatakan bahwa salah satu cara untuk memperkecil adanya konflik agensi dalam perusahaan adalah dengan memaksimalkan jumlah kepemilikan manajerial. Dengan menambah jumlah kepemilikan manajerial, maka

manajemen akan merasakan dampak langsung atas setiap keputusan yang mereka ambil karena mereka menjadi pemilik perusahaan (Jensen dan Meckling, 1976 ).

Semakin besar proporsi kepemilikan manajemen pada perusahaan, maka manajemen cenderung berusaha lebih giat untuk kepentingan pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri (Ross,et al., 2002 dalam Tamba, 2013). Hal ini dikarenakan manajemen sendiri yang menetapkan keputusan, mengambil keputusan serta merasakan dampak langsung dari hasil keputusan yang mereka ambil. Dalam hal ini manajer akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan. Sebaliknya semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan image perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anggraini (2006) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dalam hubungan antara kepemilikan saham manajerial terhadap luas pengungkapan CSR.

## 2. *Leverage* dengan Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai asset perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage* besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha melaporkan laba yang lebih tinggi dengan cara mengurangi biaya-biaya termasuk biaya pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan.

*Leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang (Fahrizqi, 2010), maka keputusan untuk mengungkapkan CSR menjadi semakin berkurang. Hal ini dikarenakan keputusan untuk mengungkapkan CSR dapat membuat suatu pengeluaran yang akan menurunkan pendapatan. Selain itu manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan membuat perusahaan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosialnya agar tidak menjadi sorotan *debtholders*. Menurut Belkaoui dan Karpik (1989), dalam Sembiring (2005), keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang dapat menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hasil penelitiannya menunjukkan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arthana (2010), dimana dia menggunakan *leverage* sebagai variabel independen, dan menemukan hubungan yang negatif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

### **3. Profitabilitas dengan Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan**

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan CSR kepada pemegang saham (Gray, et al., 1995 dalam Sembiring, 2005), sehingga dapat dijelaskan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan. Jika profitabilitas tinggi, maka akan memberikan kesempatan yang lebih luas kepada manajemen dalam mengungkapkan dan melakukan program tanggung jawab sosialnya. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosialnya (Zaleha, 2005 dalam Purnasiwi, 2011). Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan dapat mempengaruhi besar atau tidaknya luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fahrizqi (2010), dan Anugerah *et al.*, (2010) yang menggunakan profitabilitas sebagai variabel independen, dan menemukan hubungan yang positif signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

#### 4. Ukuran Perusahaan dengan Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan

Ukuran perusahaan (*size*) perusahaan 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).

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 Purnasiwi, 2011).

Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi risiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggung jawaban sosial (Fahrizqi, 2010). Dengan

mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat. Selain itu, pada umumnya perusahaan besar memiliki beragam produk dan beroperasi di berbagai wilayah, termasuk luar negeri sehingga perusahaan besar lebih banyak melakukan pengungkapan dibandingkan perusahaan kecil (Prasojo, 2011 dalam Putri, 2013).

Penelitian terdahulu yang berhasil menunjukkan hubungan antara kedua variabel ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Fahrizqi (2010) yang mendapatkan hasil penelitian bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

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

Beberapa tahun belakangan ini berkembang suatu konsep dalam aktivitas perusahaan. Konsep tersebut merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap seluruh stakeholders dan lingkungan yang sering disebut dengan *corporate social responsibility* (CSR) yang perlu pengujian kembali.

Konsep CSR menyebabkan semakin banyak perusahaan yang melakukan kegiatan sosial dan pelestarian lingkungan dan menjadi agenda rutin bagi aktivitas perusahaan. Untuk itu perlu diadakan pelaporan mengenai aktivitas sosial perusahaan (CSR) tersebut, berdasarkan pedoman GRI G3 yang terdiri dari 79 indikator yang harus dilaporkan perusahaan untuk

memperlihatkan aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial perusahaan secara bersamaan.

Banyak faktor yang mempengaruhi perusahaan untuk mengungkapkan CSR kedalam laporan tahunan perusahaan. Berdasarkan tinjauan pustaka serta beberapa penelitian terdahulu, maka peneliti mengindikasikan kepemilikan manajerial, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen penelitian yang mempengaruhi pengungkapan CSR sebagai variabel dependen penelitian.

Kepemilikan manajerial adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan image perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut. Sehingga bukti ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kepemilikan manajerial dengan pengungkapan informasi pertanggungjawaban Sosial (CSR).

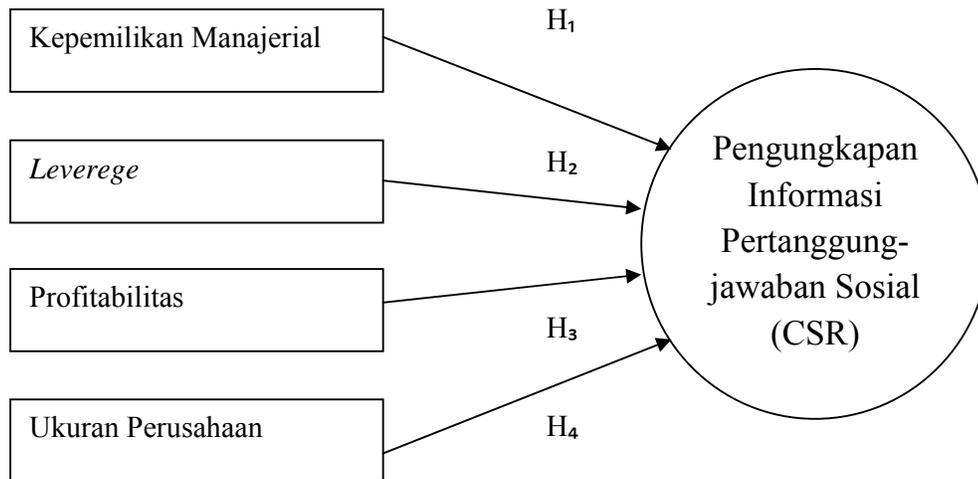
*Leverage* merupakan salah satu rasio keuangan, yaitu untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage* besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha melaporkan

laba yang lebih tinggi dengan cara mengurangi biaya-biaya termasuk biaya pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan adanya hubungan negatif antara *Leverage* dengan pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham dan juga merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aktiva, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi risiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil

Berdasarkan berbagai pembahasan tersebut , maka variabel dalam penelitian di gambarkan pada model kerangka konseptual sebagai berikut



**Gambar 1 Kerangka Konseptual**

#### **E. Hipotesis**

Berdasarkan kerangka konseptual di atas maka penulis mengangkat hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> :Kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial.

H<sub>2</sub> :Leverage berpengaruh signifikan negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

H<sub>3</sub> :Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

H<sub>4</sub> :Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh kepemilikan manajerial, *leverage*, Profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010 sampai dengan tahun 2013. Berdasarkan hasil temuan penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2013.
2. Variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2013
3. Variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2013.
4. Variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada

perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2013.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Beberapa keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini antara lain:

1. Jumlah sampel yang sangat terbatas, hanya 30 dari 140 perusahaan manufaktur yang ada, dikarenakan hanya 30 perusahaan yang memenuhi kriteria pengambilan sampel yang telah ditetapkan.
2. Terdapat unsur subjektivitas dalam menentukan indeks pengungkapan, karena tidak adanya suatu ketentuan baku yang dapat dijadikan standar dan acuan, sehingga penentuan indeks untuk indikator *GRI* yang sama dapat berbeda antar setiap peneliti.
3. Tingkat *Adjusted R2* yang rendah dari variabel yang diuji 0,1932 dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

## **C. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Perlu melakukan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel informasi lain yang diduga mempengaruhi pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Hal ini didasarkan pada masih

rendahnya tingkat *adjusted R<sup>2</sup>* yaitu 19,332% pada penelitian ini. Hal ini berarti masih terdapat 80,68% variabel informasi lain yang mempengaruhi indeks pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Sehingga, untuk penelitian selanjutnya hendaknya dapat memperhatikan variabel lain tersebut.

2. Penelitian selanjutnya perlu mempertimbangkan sampel yang lebih luas, mencakup seluruh populasi yang ada pada pasar modal. Hal ini bertujuan agar kesimpulan yang dihasilkan tersebut memiliki cakupan yang lebih luas pula.
3. Menyempurnakan daftar item pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, agar tidak ada unsur subjektivitas yang dapat menyebabkan perbedaan dalam penentuan indeks indikator GRI..
4. Selain data sekunder juga menggunakan data lain, seperti kuesioner ataupun interview ke perusahaan atau institusi pemerintah untuk mengetahui informasi lebih lengkap mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Ira Robiah. 2013. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan Go Public yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Periode 2008-2012). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah:Jakarta.
- Andreas dan Lawer, Chrystina. 2010. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap pengungkapan Tanggungjawab Sosial. *Jurnal Akuntansi*. Fakultas Ekonomi Universitas Riau:Pekanbaru.
- Anggraini, Fr.Reni.Retno. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi IX*:Padang.
- Anugerah, Rita dkk. 2010. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di BEI. *Jurnal Ekonomi Volume 18, Nomor 1 Maret 2010*. Fakultas Ekonomi Universitas Riau:Pekanbaru
- Arthana, Rony.2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (CSR) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks LQ45 Bursa Saham Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 2013*. Universitas Brawijaya:Malang
- Brigham dan Houston. 2006. Dasar-dasar Manajemen Keuangan. Salemba Empat:Jakarta.
- Choi, Frederick D.S dan Gary K Meek. 2010.*International Accounting buku 1 Edisi 6*. Jakarta:Salemba Empat.
- Data Laporan Tahunan Perusahaan. 2010-2012. Diakses pada 23 April 2014 : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).
- Ermanto dan Emidar. 2012.*Bahasa Indonesia: Pengembangan Kepribadian di Perguruan Tinggi*. Padang:UNP Press.
- Fahrizqi, Anggara. 2010. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Responsibility Social* (CSR) Dalam Laporan Tahunan perusahaan ( Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Dipenegoro:Semarang.

- Fajrina, Rezi. 2014. Pengaruh Kinerja Lingkungan, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Manajemen Laba, dan Solvabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011). *Skripsi*. Universitas Negeri Padang:Padang.
- Harahap, Sofyan Syafri.2007. *Teori Akuntansi Edisi Revisi*. Jakarta:Rajawali Pers.
- Hernita, Wellarizma. 2011. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Responsibility Social* (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Jember:Jember
- Jensen, Michael C dan Meckling,William H.1976. *Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. Journal of Financial Economics, October, 1976, V. 3, No. 4, pp. 305-360.*
- Kasmir, DR. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta:PT.RajaGrafindo Persada.
- Kesimpulan.com. 2009. Struktur Kepemilikan. Diakses 1 Juni 2014: <http://www.kesimpulan.com/2009/04/struktur-kepemilikan-perusahaan.html>
- Kuncoro, Mudrajad. 2011. *Metode Kuantitatif : Teori dan Aplikasi untuk Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN
- Kusumawati, Tiara. 2013. Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Tingkat pengungkapan Tanggung jawab Lingkungan Dalam laporan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar Di PROPER dan BEI Periode 2009-2011). *Skripsi*. Universitas Jember:Jember.
- Keputusan Bapepam No.9 tahun 1995.
- Laksmitaningrum, Chintya Fadila. 2013. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan,Ukuran Dewan Komisaris,dan Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan CSR. *Skripsi*. Universitas Diponegoro:Semarang.
- Nur, Marzully dan Priantinah, Denies. 2012. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori *High Profile* yang Listing Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal / Volume I Nomor I / Tahun 2012*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta:Yogyakarta.
- Purnasiwi, Jayanti. 2011. Analisis Pengaruh Size,Profitabilitas,dan Leverage terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Diponegoro:Semarang

- Putri, Chintya Dwi. 2013. Pengaruh *Corporate Governance* dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam *Sustainability Report* (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di BEI). *Skripsi*. Universitas Negeri Padang:Padang
- Rahmi, Elita.2009. Standarisasi Lingkungan (ISO 26000) Sebagai Harmonisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Instrumen Hukum di Indonesia *.Jurnal Penelitian*.
- Sari, Rizkia Anggita. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*. Universitas Negeri Yogyakarta:Yogyakarta.
- Sembiring, Edi Rismanda. 2003. Kinerja Keuangan, *Political Visibility*, Ketergantungan pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Simposuin Nasional Akuntansi VI*:Surabaya.
- Sembiring, Edi Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial:Studi Empiris Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta. *Simposuin Nasional Akuntansi VIII*:Solo.
- Soermarso S.R. 2002. *Akuntansi Suatu Pengantar Buku 1 Edisi 5*. Jakarta:Salemba Empat
- Soewardjono. 2005. *Teori Akuntansi : Perekayasaan Pelaporan Keuangan Edisi Ketiga*. Yogyakarta: BPFE.
- Subraham, K.R dan John .J Wild. 2010. *Analisis Laporan Keuangan Edisi 10* .Jakarta:Salemba Empat.
- Sudana, I Made dan Putu Ayu Arlindania W. 2011. *Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Responsibility Social Pada Perusahaan Go-Public Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan / Tahun 4, No. 1, April 2011*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uiversitas Airlangga:Surabaya
- Suharto, Edi. 2010. *CSR&COMDEV:Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*. Bandung: Alfbeta Bandung.
- Tamba, Erida G.H. 2011. Pengaruh struktur kepemilikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Skripsi*. Universitas Dipenegoro:Semarang
- Undang-Undang RI Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Untung, Hendrik Budi. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta:Sinar Grafika.

- Wardani, Nurul Kusuma. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. *Skripsi*. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Waryanto. 2010. Pengaruh Karakteristik *Good Corporate Governance (GCG)* Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Responsibility Social (CSR)* Di Indonesia. *Skripsi*. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Wijaya, Heryanto dan Budianto, Sauliam. 2012. Analisis Pengaruh Kepemilikan Manjerial, Kebijakan Hutang, dan Profitabilitas Terhadap *Dividen Payout Ratio* Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI Periode 2007 Sampai Dengan 2009. *Jurnal Akuntansi* vol.12, no.1 April 2012:617-634. Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanegara: Jakarta.
- Wijaya, Maria. 2012. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*.
- Wijayanti, Wahyuni. 2013. Analisis Pengaruh *Corporate Governance* dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sukarela (*Voluntari Disclosure*) dalam Laporan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan manufaktur *Go Public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta.
- World Bank. *Corporate Social Responsibility Definition*. Diakses 24 Maret 2014: <http://www.ifc.org/ifcext/economics.nsf/content/csr-intropage>.