

PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE*, UMUR PERUSAHAAN, DAN DEWAN KOMISARIS INDEPENDEN DALAM PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

LINDA SANTIOSO dan ERLINE CHANDRA

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara

Abstrak: *The purpose of this study was to determine whether there is influence of profitability, firm size, leverage, firm age, and the proportion of independent board to disclosure of corporate social responsibility. Samples used in this study were 45 manufacturing companies listed on the Stock Exchange in 2008 until 2010 with the disclosure of social responsibility and financial summary data can be obtained through the annual report. Sampling techniques performed by the method of purposive sampling and data processing performed by multiple linear analysis. The study was partially obtained show that profitability, firm size and proportion of independent board effect on CSR disclosure. On the other hand, the partial results showed that the absence of leverage effect and the age of the company towards CSR disclosure.*

Keywords: Profitability, Company Size, Leverage, Company Age, Proportion of Independent Board of Commissioners, and Disclosure of CSR.

PENDAHULUAN

Sejarah akuntansi yang berkembang pesat menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal sehingga orientasi perusahaan lebih berfokus kepada para pemilik modal. Di sisi lain, jika ditinjau dari segi ekonomi tujuan utama

perusahaan adalah memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya sehingga seringkali perusahaan mengabaikan dampak sosial dan lingkungan yang terjadi atas tindakan ekonomi yang dilakukan dimana tindakan tersebut dapat menimbulkan kerusakan lingkungan, misalnya penggundulan hutan, polusi udara, pencemaran air, dan sebagainya. Fokus terhadap pemilik modal dan upaya pencapaian tujuan perusahaan semaksimal mungkin mengakibatkan perusahaan mengeksploitasi sumber daya alam secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan dapat mengganggu kehidupan manusia. Melalui kegiatan tanggung jawab sosial (*corporate social respons-sibility*) yang biasa juga dikenal dengan *triple bottom line* (*economic, social, and environmental*), diharapkan perusahaan tidak hanya berfokus pada masalah finansial tetapi juga memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan sekitarnya.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sering dianggap inti dari etika bisnis yang merupakan mekanisme bagi suatu perusahaan yang secara sukarela memberikan perhatian lebih terhadap lingkungan dan sosial dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Di dalam melaksanakan tanggung jawab sosial, perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga memiliki kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*). Tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau *customers*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor.

Pelaksanaan CSR juga telah mendapat sorotan dari pemerintah, diantaranya dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).

Perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosialnya sehingga mengurangi pendapatan dalam perusahaan. Tetapi seiring berjalannya waktu, perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial akan menghasilkan loyalitas konsumen yang lebih besar terutama dalam hal produk-produk yang bersifat ramah lingkungan. Untari (2010) menyatakan bahwa perusahaan yang besar dengan tingkat profitabilitas tinggi akan mengungkapkan informasi sosial yang lebih besar

karena besarnya sorotan dari masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Sitepu dan Siregar (2011) serta Yuniasih dan Wirakusuma (2008) bahwa terdapat pengaruh *size* perusahaan dan profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan suatu tanggung jawab sosial. Di sisi lain, Rahman dan Widyasari (2008) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Berdasarkan teori agensi, manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak terjadi sorotan dari para *debtholders*. Tetapi Dahlia (2010) menyatakan bahwa variabel *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Umur perusahaan diperkirakan memiliki hubungan positif dengan pengungkapan sukarela dengan alasan bahwa perusahaan yang berumur lebih tua mungkin akan lebih mengerti pentingnya pelaksanaan tanggung jawab sosial yang akhirnya menghasilkan *return* bagi perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Untari (2010) yang menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap CSR. Tetapi hal ini tidak sejalan dengan penelitian Utami dan Rahmawati (2008) hasil penelitiannya membuktikan bahwa tidak ada pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Sejalan dengan kegiatan usahanya, perusahaan memerlukan tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) untuk mencapai tujuannya secara maksimal dan menghasilkan citra yang baik dihadapan masyarakat. Salah satu penerapan tata kelola perusahaan yang baik yaitu dengan keberadaan dewan komisaris independen dalam perusahaan yang cenderung mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas kepada para *stakeholder*-nya. Penelitian yang dilakukan Ratnasari dan Prastiwi (2010) menyatakan adanya pengaruh proporsi dewan komisaris independen suatu perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan evaluasi dan penelitian-penelitian terdahulu yang telah diungkapkan di atas, maka rumusan masalah yang timbul dan akan dibahas dalam penelitian ini adalah apakah profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, umur perusahaan, proporsi dewan komisaris independen berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sesuai dengan perumusan masalah tersebut maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, umur perusahaan, dan proporsi dewan komisaris independen terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

RERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Corporate Social Responsibility

Pada era globalisasi ini, terdapat kecenderungan publik di dalam menuntut transparansi dan akuntabilitas perusahaan sebagai wujud implementasi *good corporate governance*. Implementasi *good corporate governance* tersebut dapat dilaksanakan salah satunya yaitu melalui pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial.

Keberhasilan melaksanakan *corporate social responsibility* akan menghasilkan siklus positif pada *outside stakeholders*, tatanan efektivitas produk atau jasa sehingga akan diperoleh kinerja berlanjut. Tanggung jawab perusahaan meliputi tanggung jawab bisnis, tanggung jawab pemerintah, perbankan, pemegang saham, dan kepada masyarakat dalam kaitannya dengan kepentingan publik.

Berbagai perspektif teori digunakan untuk menjelaskan praktik tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Chariri dan Ghozali (2007), terdapat beberapa teori yang melandasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu (1) *Political Economy Theory*. Teori ini mempertimbangkan “kerangka politik, sosial dan institusional dimana kegiatan ekonomi tersebut dijalankan”. *PET* mengakui bahwa pemakaian pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan berfungsi sebagai alat strategis dalam mencapai tujuan perusahaan dan dalam mempengaruhi sikap *stakeholders*; (2) *Stakeholder Theory*. *Stakeholder theory* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi para *stakeholder* (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, dan pihak lain). Dengan demikian, maka keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut; (3) *Legitimacy Theory*. Teori legitimasi memberikan alasan yang logis tentang legitimasi organisasi dimana pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya. Perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat.

Konsep *triple bottom line*/Konsep CSR merupakan konsep pengukuran kinerja perusahaan dengan memasukan tak hanya ukuran kinerja ekonomis berupa perolehan *profit*, tapi juga ukuran kepedulian sosial dan pelestarian lingkungan. Selain mengejar keuntungan (*profit*) perusahaan juga harus berperan dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). Konsep ini bisa disebut konsep 3BL (*triple bottom line*) atau 3P (*profit, people, planet*).

Berikut merupakan penjelasan unsur *3P* oleh Wibisono (2007) (1) *Profit* (keuntungan). Profit merupakan unsur terpenting yang menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Profit sendiri pada hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak profit antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya. Peningkatan produktivitas dapat diperoleh dengan memperbaiki manajemen kerja melalui penyederhanaan proses, mengurangi aktivitas yang tidak efisien, menghemat waktu proses dan pelayanan; (2) *People* (masyarakat). Masyarakat sekitar perusahaan merupakan *stakeholder* penting bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan, maka sebagai bagian yang tidak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Oleh karena itu perusahaan perlu melakukan kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat; (3) *Planet* (lingkungan). Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Hubungan kita dengan lingkungan adalah hubungan sebab-akibat, dimana jika kita merawat lingkungan maka lingkungan pun akan memberikan manfaat bagi kita. Dengan melestarikan lingkungan, para pelaku industri akan memperoleh keuntungan yang lebih, terutama dari sisi kesehatan, kenyamanan, disamping ketersediaan sumber daya yang lebih terjamin kelangsungannya.

Profitabilitas

Menurut Heinze (1976) dalam Untari (2010), Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Tingkat profitabilitas perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari kegiatan operasional sehari-hari (Caroline dan Agaton 2010). *Return on Equity* merupakan alat analisis keuangan untuk mengukur profitabilitas. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan berdasarkan modal tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. Semakin besar *ROE* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Wijayanto dalam Dahlia (2010) menyatakan bahwa semakin besar profit yang diperoleh suatu perusahaan diharapkan memberikan transparansi laporan yang besar pula. Demikian pula dengan pernyataan Untari (2010) yang menyatakan bahwa semakin besar profitabilitas suatu perusahaan akan mengungkapkan tanggung jawab sosial yang lebih besar karena sorotan yang besar dari masyarakat.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan juga dapat dilihat dari seberapa besar aktiva yang dimiliki, baik aktiva lancar maupun aktiva tidak lancar. Penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh Rahman dan Widyasari (2008), Untari (2010), serta Sitepu dan Siregar (2011) menggunakan aktiva sebagai proksi ukuran perusahaan.

Aktiva perusahaan didanai melalui pasiva perusahaan yaitu hutang dan modal (Caroline dan Agaton 2010). Ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan (Rahman dan Widyasari 2010). Jadi, besar atau kecilnya suatu perusahaan dapat juga dilihat melalui aktiva yang dimiliki oleh perusahaan.

Leverage

Tingkat *leverage* merupakan kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain. Perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi mempunyai kewajiban yang lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi krediturnya termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial. Semakin tinggi tingkat *leverage* semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit.

Umur Perusahaan

Widiastuti (2002) dalam Utami dan Rahmawati (2007) menyatakan umur perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing. Dengan demikian, umur perusahaan dapat dikaitkan dengan kinerja keuangan suatu perusahaan. Perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman lebih banyak atas informasi tentang perusahaan. Umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengatasi kesulitan dan hambatan yang dapat mengancam kehidupan perusahaan sehingga semakin lama perusahaan berdiri, maka semakin mampu perusahaan tersebut meningkatkan kepercayaan investor.

Untari (2010) menyatakan umur perusahaan diharapkan memiliki hubungan positif terhadap pengungkapan sukarela. Alasan yang mendasarinya adalah bahwa perusahaan yang lebih tua mungkin lebih mengerti informasi-informasi apa saja yang seharusnya diungkapkan dalam laporan tahunan sehingga perusahaan akan mengungkapkan informasi-informasi yang memberikan pengaruh positif bagi perusahaan tersebut.

Dewan Komisaris Independen

Ratnasari dan Prastiwi (2010) berpendapat bahwa keberadaan komisaris independen diharapkan dapat bersikap netral terhadap segala kebijakan yang dibuat oleh direksi. Keberadaan dewan komisaris independen tidak terpengaruh oleh manajemen, oleh karena itu mereka cenderung mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas kepada para *stakeholder*-nya. Dengan demikian, semakin besar proporsi dewan komisaris dalam perusahaan dapat mendorong pengungkapan informasi sosial dan lingkungan yang lebih luas.

Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian Untari (2010) menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial, sedangkan *leverage* tidak mempunyai pengaruh. Penelitian oleh Sitepu dan Siregar (2011) menggunakan populasi yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2007. Hasil penelitiannya menunjukkan profitabilitas, ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan, berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial.

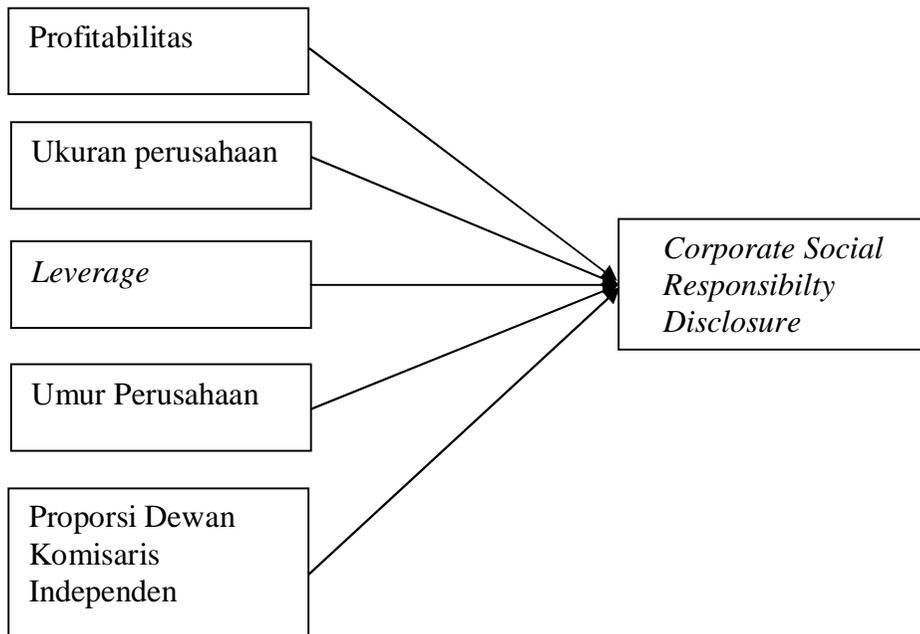
Hasil penelitian Yuniasih dan Wirakusuma (2008) menunjukkan profitabilitas dan *size* berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial. Adapun penelitian oleh Dahlia (2010) menggunakan populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2005-2006. Hasil penelitiannya menunjukkan *leverage* berpengaruh negatif terhadap tanggung jawab sosial.

Hasil penelitian Utami dan Rahmawati (2008) menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial sedangkan umur perusahaan tidak mempunyai pengaruh. Hasil penelitian Ratnasari dan Prastiwi (2010) menunjukkan proporsi dewan komisaris independen berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial. Hasil penelitian Veronica (2009) menunjukkan profitabilitas dan dewan komisaris berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial, sedangkan ukuran perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab *social*. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- H₁ Profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.
- H₂ Ukuran Perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.
- H₃ *Leverage* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

- H₄ Umur Perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.
- H₅ Proporsi Dewan Komisaris Independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 Model Penelitian

METODA PENELITIAN

Pemilihan Sampel dan Pengumpulan Data

Populasi dari penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008 sampai 2010. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, dengan kriteria pemilihan sampel sebagai berikut (1) Perusahaan mempublikasikan *annual report* tahun 2008 sampai 2010 baik di situs perusahaan maupun di situs Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut, (2) Perusahaan tidak mengalami kerugian secara berturut-turut dalam mengelola usahanya, (3) Perusahaan menyajikan ikhtisar keuangan dalam mata uang rupiah, (4) Perusahaan menerapkan dan mengungkapkan laporan mengenai tanggung

jawab sosial dalam *annual report* tahun 2008-2010. Berdasarkan kriteria tersebut maka sampel yang diperoleh adalah sebanyak 45 perusahaan selama tiga tahun berturut-turut dari total 151 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pengumpulan data kuantitatif dalam penelitian ini dilakukan melalui penelitian lapangan melalui pengamatan terhadap perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2008-2010. Pengamatan terhadap profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* dilakukan melalui ikhtisar keuangan dalam *annual report* perusahaan, umur perusahaan diamati melalui *profile* perusahaan, proporsi dewan komisaris independen diamati melalui pelaksanaan *Good Corporate Governance* yang tercantum dalam *annual report*, dan pengungkapan CSR pada perusahaan diamati dengan membaca kegiatan-kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan yang tercantum dalam laporan tahunan perusahaan. Berbagai data tersebut, termasuk *annual report* dan *profile* perusahaan diperoleh melalui Pusat Informasi Pasar Modal Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara dan situs perusahaan terkait serta situs Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Tingkat profitabilitas menggambarkan kinerja keuangan suatu perusahaan, dimana hal ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari kegiatan operasionalnya. Profitabilitas dalam penelitian ini akan diukur melalui *return on equity ratio* dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total ekuitas}}$$

Ukuran perusahaan dalam penelitian akan diukur dengan menggunakan *log natural* jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan.

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{logaritma natural} (\text{total aktiva})$$

Pengukuran *leverage* dilakukan dengan membandingkan antara total hutang dengan total aset, sejalan dengan pengukuran *leverage* untuk negara berkembang (Rawi 2008).

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total aset}}$$

Perhitungan umur perusahaan dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$\text{Umur perusahaan} = \text{Tahun ke-} \underline{n} \text{ (tahun } \textit{first issue} \text{ di BEI)}$$

Proporsi dewan komisaris independen diukur dengan rasio antara jumlah anggota dewan komisaris independen dibandingkan dengan total anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan.

Variabel dependen dalam penelitian ini merupakan pengungkapan tanggung jawab sosial yang diukur dengan menggunakan *corporate social responsibility disclosure index*. Pengungkapan tanggung jawab dibagi menjadi enam kategori yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, dan keterlibatan masyarakat umum (Sembiring 2005). Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor dalam setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut:

$$\text{CSRDI}_{ij} = \frac{\sum X_{ij}}{78}$$

Keterangan:

CSRDI *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan

X_{ij} *dummy variable*: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

Model regresi linear yang digunakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y *Corporate social responsibility disclosure (CSRDI)*

a Nilai *intercept* atau konstanta

b_1 - b_5 Koefisien regresi

X_1 Profitabilitas (ROE)

X_2 Ukuran perusahaan (SIZE)

X_3 *Leverage* (LEV)

X_4 Umur perusahaan (AGE)

X_5 Proporsi dewan komisaris independen (IND.COMM)

e *Error*

HASIL PENELITIAN

Tabel 1 Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSRD	135	0,2179	0,5897	0,405	0,095
ROE	135	-2,062	3,236	0,146	0,419
SIZE	135	24,204	32,357	27,856	1,659
LEV	135	0,074	3,210	0,569	0,516
AGE	135	3	29	16,222	4,962
IND.COMM	135	0,000	1,00	0,408	0,173

Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, autokorelasi, multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Suatu model regresi yang baik adalah model regresi yang memenuhi uji asumsi klasik. Hasil uji normalitas pada kolom *Unstandardized Residual* menunjukkan nilai 0.574 untuk *Kolmogorov-Smirnov-z* dan menunjukkan nilai signifikansi (*Asymp.Sig.(2 tailed)*) sebesar 0,897. Nilai ini lebih tinggi dari 0,05 yang berarti data yang digunakan berdistribusi normal dan dapat digunakan sebagai sampel dalam penelitian karena telah memenuhi uji asumsi normalitas.

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas nilai *VIF* menunjukkan angka kurang dari 5 serta memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0.1 dan mendekati angka 1. Hal ini menunjukkan bahwa kelima variabel independen dalam penelitian ini terbebas dari masalah multikolinearitas.

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5%, dengan jumlah sampel sebanyak 135 ($n = 135$) data perusahaan dan jumlah variabel independen lima ($k = 5$). Pada tabel *Durbin Watson* diperoleh nilai $dL = 1.6429$ dan nilai $dU = 1.7962$. Nilai *Durbin-Watson* untuk model regresi ini sebesar 1,915. Nilai ini berada di antara 1,7962 – 2,2038, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi dalam model regresi ini.

Dalam penelitian ini pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glesjer. Berdasarkan hasil pengujian, profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, umur perusahaan dan proporsi dewan komisaris inde-

penden mempunyai angka signifikansi lebih besar dari 0.05, hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan terbebas dari masalah heterokedastisitas.

Hipotesis penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, umur perusahaan, proporsi dewan komisaris independen terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Tabel 2 Hasil Pengujian analisis regresi berganda

Variabel	B	t	Sig.
Konstanta	-0,453	-4,238	0,000
Profitabilitas	0,048	3,226	0,002
Ukuran perusahaan	0,027	7,017	0,000
<i>Leverage</i>	0,004	0,338	0,736
Umur perusahaan	0,001	0,771	0,442
Proporsi dewan komisaris independen	0,175	4,824	0,000

Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Untari (2010), Sitepu dan Siregar (2011), Yuniasih dan Wirakusuma (2008), dan Veronica (2009). Di sisi lain, Rahman dan Widyasari (2008) menghasilkan hasil penelitian yang menunjukkan tidak adanya pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Untari (2010), Sitepu dan Siregar (2011), Yuniasih dan Wirakusuma (2008), Untami dan Rahmawati (2008). Di sisi lain hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Rahman dan Widyasari (2008) dan Veronica (2009).

Leverage tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Untari (2010) dan Veronica (2009). Sedangkan Dahlia (2010) menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Umur perusahaan juga tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sesuai dengan penelitian Untami dan Rahmawati (2008). Di sisi lain Untari (2010) membuktikan hal yang

sebaliknya dalam penelitiannya. Untuk variabel proporsi dewan komisaris independen memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Ratnasari dan Prastiwi (2010).

Analisis determinasi digunakan sebagai mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Hasil pengujian koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4. Berdasarkan hasil pengujian, di dapatkan nilai adjusted *R Square* (R^2) sebesar 0,44 atau 44%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, umur perusahaan, dan proporsi dewan komisaris independen terhadap variabel dependen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 44%. Sisanya sebesar 56% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

PENUTUP

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan, baik profitabilitas, ukuran perusahaan, dan proporsi dewan komisaris independen memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan untuk *leverage* dan umur perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pada penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, diantaranya penelitian yang dilakukan hanya menggunakan 45 perusahaan dengan jumlah sampel 135 data perusahaan dimana periode penelitian yang dilakukan hanya tiga tahun sejak tahun 2008 sampai 2010. Penelitian ini juga masih terdapat unsur subjektivitas dalam menentukan pemberian *score* pada pengungkapan tanggung jawab sosial, dimana antar satu peneliti dengan peneliti lain dapat memberikan jumlah *score* yang berbeda pada *CSR disclosure* suatu perusahaan.

Terdapat beberapa saran yang mungkin dapat dipertimbangkan oleh beberapa pihak diantaranya hendaknya penelitian selanjutnya memperluas lingkup penelitian. Penelitian dapat dilakukan pada perusahaan terbuka lainnya selain perusahaan manufaktur sehingga jumlah sampel yang diperoleh akan lebih banyak. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperpanjang periode penelitian sehingga akan mendekati gambaran hasil yang lebih mendekati kondisi yang sebenarnya. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat merubah atau menambah variabel independen lainnya yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dalam suatu perusahaan.

REFERENSI:

- Agoes, Sukrisno dan I Cenik Ardana. 2009. *Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Anis, Chariri dan Imam Ghozali. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Brigham, Eugene F and Joel F.Houston. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, alih bahasa Ali Akbar Yulianto. Buku satu, Edisi sepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- Caroline, J. & Agaton, E. 2010. "Analisis Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, Ukuran, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Kebijakan Jumlah Pembagian Dividen Tunai Yang Dibagikan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia". Jakarta: Universitas Atmajaya.
- Chan, Gary KY dan George TL Shenoy. 2009. *Ethics and Social Responsibility: Asian and Western Perspective*. 2nd edition. Singapore: Singapore Management University.
- Dahlia, Lely. 2010. "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Corporate Social Responsibility". *Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak*.
- Daito, Apollo. 2011. *Pencarian Ilmu Melalui Pendekatan Ontologi, Epistemologi, Aksiologi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Garrison, H Ray, Eric W. Noreen, dan Peter C. Brewer. 2008. *Managerial Accounting*. 12th edition. MC Graw-Hill International.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2007. *PSAK, Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat. Indonesia Stock Exchange. (2008-2010). <http://www.idx.co.id>.
- Priyatno, Dwi. 2010. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Jakarta : Mediakom
- Rahman, Arief dan Kurnia Nur Widyasari. 2008. "The Analysis of Company Characteristic Influence Toward CSR Disclosure: Empirical Evidence of Manufacturing Company" *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia Vol 12 no 1*. Hal: 23-35.
- Ratnasari, Yunita dan Andri Prastiwi. 2010. "Pengaruh Corporate Governance Terhadap Luas Pengungkapan Social Responsibility Di Dalam Sustainabilit Report". Bandung: Universitas Diponegoro.
- Santoso, Singgih. 2009. *Panduan Lengkap Menguasai Statistik dengan SPSS 17*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. "Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi, Vol 8*. Hal: 379-395.
- Sitepu, Christian Andre dan Hasan Sakti Siregar. 2011. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Tahunan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta". Sumatera: Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Untari, Lisna. 2010. "Effect On Company Characteristics Corporate Social Responsibility Disclosure In Corporate Annual Report Of Consumption Listed In Indonesia Stock Exchange". Jakarta: Universitas Gunadarma.
- Utami, Indah dewi dan Rahmawati. 2008. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, dan Umur Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibilities disclosure (Studi Empiris pada Perusahaan Property dan Real Estate)". Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- UU Nomor 40 Tahun 2007. "Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas" <http://bapepam.go.id/reksadana/files/regulasi/UU402007PerseroanTerbatas.pdf> (diakses tanggal 4 November 2011).
- Uyanto, S.S. 2006. *Analisis Data Dengan Spss*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Wibisono, Y. 2007. *Membedah Konsep Dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.
- Yuniasih, Ni Wayan dan Made Gede Wirakusuma. 2008. "Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Corporate Social Responsibilities (Studi Empiris perusahaan manufaktur 2005-2006)". Bali: Universitas Udayana.