

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

**HILLARY SUMILAT
NICKEN DESTRIANA**

STIE Trisakti
ndestriana@stietrisakti.ac.id

Abstract: *The purpose of this study is to examine the factors that influence corporate social responsibility disclosure in non financial companies. These factors are managerial ownership, public ownership, foreign ownership, board independence, audit committees, firm size, firm age, leverage, profitability, and liquidity. Population of this research are non financial companies listed in Indonesia Stock Exchange from 2012-2015. The samples of this study are 152 data using purposive sampling method. This research uses multiple regression method to test the hypothesis. The result of this study shows that foreign ownership and firm size have influence to corporate social responsibility disclosure but managerial ownership, public ownership, board independence, audit committees, firm age, leverage, profitability, and liquidity do not have influence to corporate social responsibility disclosure.*

Keywords: Corporate Social Responsibility Disclosure, Managerial Ownership, Public Ownership, Foreign Ownership, Board Independence, Audit Committees, Firm Size, Firm Age, Leverage, Profitability, Liquidity.

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan non keuangan. Faktor-faktor tersebut adalah kepemilikan manajerial, kepemilikan publik, kepemilikan asing, independensi dewan direksi, komite audit, ukuran perusahaan, umur perusahaan, *leverage*, profitabilitas, dan likuiditas. Populasi penelitian ini adalah perusahaan non keuangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama tahun 2012-2015. Sampel penelitian ini berjumlah 152 sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode regresi berganda untuk menguji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kepemilikan asing dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sedangkan kepemilikan manajerial, kepemilikan publik, independensi dewan direksi, komite audit, umur perusahaan, *leverage*, profitabilitas, dan likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kata Kunci: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Publik, Kepemilikan Asing, Independensi Dewan Direksi, Komite Audit, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, Likuiditas.

PENDAHULUAN

Pembangunan di Indonesia pada era sekarang ini berkembang dengan pesat, hal itu ditandai dengan munculnya banyak

perusahaan-perusahaan baru yang tumbuh dan berkembang di sekitar masyarakat. Namun, walaupun pembangunan yang dilakukan besar-besaran di Indonesia dapat

meningkatkan kemakmuran masyarakat tetapi disisi lain hal ini juga dapat membawa dampak negatif terhadap lingkungan hidup dan tidak sedikit pula yang merugikan masyarakat sekitar karena limbah yang dihasilkan tidak diolah atau dibuang sebagaimana mestinya. Oleh karena itu kesadaran tentang pentingnya mengimplementasikan *corporate social responsibility* (CSR) menjadi *trend* yang banyak dibicarakan masyarakat saat ini seiring dengan maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial. *The World Business Council for Sustainable Development* mendefinisikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, komunitas lokal, dan komunitas secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. Salah satu contoh kasus CSR di Indonesia adalah mengenai Exxon Mobil Oil Indonesia (EMOI). EMOI mendapat tudingan tentang polusi dan pembebasan lahan milik masyarakat Aceh secara tidak adil. Masyarakat juga melihat bahwa keuntungan dari eksplorasi gas alam di wilayah itu jauh lebih banyak menguntungkan perusahaan. Karena mendapat tudingan seperti itu, EMOI mulai melakukan kegiatan-kegiatan CSR. Salah satu jalan yang dipilih EMOI untuk meningkatkan sumber daya manusia masyarakat Aceh adalah dengan mendukung pendidikan, khususnya di Kabupaten Aceh Utara, mulai dari tingkat usia dini sampai dewasa. Adapun program-programnya adalah sebagai berikut: Semai Benih Bangsa (SBB), kerjasama dengan Sampoerna *Foundation*, kerjasama dengan *Save the Children* (LSM Internasional), kerjasama dengan BPMIGAS, dan lainnya.

Di Indonesia sendiri sudah ada undang-undang yang mengatur mengenai CSR, seperti Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas serta Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Menurut Pasal 1 angka 3 UUPT, Tanggung

Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Secara umum, perhatian para pembuat kebijakan terhadap CSR saat ini telah menunjukkan adanya kesadaran bahwa terdapat potensi timbulnya dampak buruk dari suatu kegiatan usaha. Dampak buruk tersebut tentunya harus direduksi sedemikian rupa sehingga tidak membahayakan keselamatan masyarakat sekaligus tetap bersifat kondusif terhadap iklim usaha. Konsep dan praktik CSR sudah menunjukkan gejala baru sebagai keharusan yang realistis diterapkan. Para pemilik modal tidak lagi menganggap CSR sebagai pemborosan. Masyarakat pun menilai hal tersebut sebagai suatu yang perlu, ini terkait dengan meningkatnya kesadaran sosial kemanusiaan dan lingkungan.

Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Stakeholder adalah semua pihak, internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. *Stakeholder is a group or an individual who can affect, or be affected by, the success or failure of an organization* (Luk et al. 2011 dalam Nor Hadi 2011, 93). Dengan demikian, *stakeholder* merupakan pihak *internal* maupun *eksternal*, seperti pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga diluar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. Perusahaan tidak hanya bertanggungjawab terhadap para pemilik (*shareholder*) dengan sebatas pada indikator ekonomi (*economic focused*) namun bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*) dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial (*social*

dimensions), sehingga muncul istilah tanggung jawab sosial (*social responsibility*).

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Gray *et al.* (1996) dalam Nor Hadi (2011) berpendapat bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat.

Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)

Teori ini muncul karena adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian, dan keseimbangan, termasuk dalam lingkungan. Perusahaan yang merupakan kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, di mana antara keduanya saling pengaruh-mempengaruhi. Untuk itu, agar terjadi keseimbangan (*equality*), maka perlu kontrak sosial baik secara tersusun baik secara tersurat maupun tersirat, sehingga terjadi kesepakatan-kesepakatan yang saling melindungi kepentingan masing-masing (Nor Hadi 2011).

Kepemilikan Manajerial dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Kepemilikan manajerial adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan (Rustiarini 2008). Pihak tersebut adalah mereka yang duduk di dewan komisaris dan dewan direksi perusahaan. 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, 86).

Peningkatan atas kepemilikan manajerial akan membuat kekayaan manajemen, secara pribadi, semakin terikat dengan kekayaan perusahaan sehingga manajemen akan berusaha mengurangi resiko kehilangan kekayaannya. Oleh karena itu dengan adanya kepemilikan manajerial maka manajer dapat menentukan strategi dan kebijakan-kebijakan mengenai perlakuan sosial organisasi (Khan *et al.* 2013). Hal ini berarti semakin besarnya tingkat kepemilikan manajerial akan meningkatkan luasnya pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang dikembangkan adalah:

H₁: Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Kepemilikan Publik dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Kepemilikan publik adalah proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik atau masyarakat terhadap saham perusahaan di Indonesia. Ketika suatu perusahaan dimiliki oleh publik maka akan mendorong perusahaan tersebut untuk melakukan pengungkapan lebih banyak lagi (Khan *et al.* 2013). Menurut Putri (2008) dalam Eka (2011) berpendapat bahwa, informasi keuangan yang disampaikan manajemen, oleh para investor digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen dan kondisi perusahaan di masa yang akan datang guna mengurangi risiko investasi. Salah satu cara agar publik ingin melakukan investasi pada perusahaan dan percaya terhadap rendahnya risiko investasi, maka perusahaan harus menampilkan keunggulan dan eksistensi perusahaan terhadap publik. Salah satu caranya adalah mengungkapkan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin besar komposisi saham perusahaan yang dimiliki publik, maka dapat memicu melakukan pengungkapan secara luas termasuk pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang dikembangkan adalah:

H₂: Kepemilikan publik berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Kepemilikan Asing dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Kepemilikan asing merupakan proporsi saham biasa perusahaan yang dimiliki oleh perorangan, badan hukum, pemerintah serta bagian-bagiannya yang berstatus luar negeri (Etha 2010). Kepemilikan asing dalam perusahaan merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan (Djakman dan Machmud 2008). Jika dilihat dari sudut pandang *stakeholder*, pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan alat yang dipilih untuk memperlihatkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan masyarakat. Menurut Angling (2010), apabila perusahaan memiliki kontrak dengan *foreign stakeholders* baik dalam *ownership* dan *trade*, maka perusahaan akan lebih didukung dalam melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*. Perusahaan yang sebagian besar sahamnya dimiliki oleh asing biasanya lebih sering menghadapi masalah asimetri informasi dikarenakan hambatan geografis dan bahasa. Oleh sebab itu perusahaan dengan kepemilikan asing yang besar akan terdorong untuk melaporkan atau mengungkapkan informasinya secara sukarela dan luas. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang dikembangkan adalah:

H₃: Kepemilikan asing berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Independensi Dewan Direksi dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Dewan direksi memainkan peran besar dalam mengawasi dan mengarahkan para manajer untuk memuaskan keinginan *stakeholders*. Walaupun begitu, keefektifan pengawasan dewan direksi bergantung pada komposisinya. SEC (2006) mendefinisikan direktur independen sebagai direktur yang tidak mempunyai kepemilikan saham dalam

perusahaan atau memiliki kurang dari satu persen dari total seluruh saham perusahaan, dan juga yang tidak memiliki hubungan dengan pemegang saham pengendali di perusahaan. Sebagai tambahan dalam peraturan BEI No. I.A tentang Pencatatan Saham dan Efek Bersifat Ekuitas dijelaskan bahwa direktur independen tidak bekerja rangkap sebagai direksi perusahaan lain, dan tidak menjadi orang dalam pada lembaga atau profesi penunjang pasar modal yang jasanya digunakan oleh perusahaan tercatat enam bulan sebelum penunjukan sebagai direktur. Direktur yang independen kemungkinan besar lebih menginspirasi manajer menuju ke arah transparansi dan kualitas dari tingkat pengungkapan (Forker 1992 dalam AbuRaya 2012). Penelitian empiris memberi kesan bahwa independensi dewan direksi lebih mendukung investasi perusahaan dalam *corporate social responsibility* (Johnson dan Greening 1999) dan memberikan perhatian lebih kepada pengaruh perusahaan dalam lingkungan sosial. Hal ini berarti bahwa dewan direksi yang independen mendukung pengungkapan aktivitas *corporate social responsibility* untuk mengurangi informasi-informasi tidak simetris antara pihak dalam dan pihak luar. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang dikembangkan adalah:

H₄: Independensi dewan direksi berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Komite Audit dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Komite audit seharusnya bertujuan untuk memastikan integritas pelaporan keuangan melalui *monitoring* dan kontrol (Fama 1980). Bagaimanapun juga, tujuan ini tidak dapat dicapai kecuali komite audit efektif dalam melakukan tugasnya. Dalam hal pelaporan keuangan, peran dan tanggungjawab komite audit adalah memonitor dan mengawasi audit laporan keuangan dan memastikan agar standar dan kebijakan yang berlaku terpenuhi, memeriksa ulang laporan keuangan apakah sudah sesuai dengan standar dan kebijakan tersebut dan sudah konsisten dengan informasi lain yang

diketahui oleh anggota komite audit, serta menilai mutu pelayanan dan kewajaran biaya yang diajukan auditor eksternal. Sedangkan Arens *et al.* (2012, 135) menyatakan bahwa komite audit memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa auditor harus independen dari manajemen.

Berdasarkan tanggung jawabnya, keberadaan komite audit mampu mendorong perusahaan untuk menyajikan laporan keuangan yang berkualitas dan transparan. Komite audit juga mampu mendorong pihak manajemen untuk melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* secara transparan dan tidak memihak kepada pihak tertentu saja. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang dikembangkan adalah:

H₅: Komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Hasibuan 2001 dalam Jayanti 2011). 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.

Teori legitimasi memiliki alasan tentang hubungan ukuran perusahaan dan pengungkapan. Perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki lebih banyak pemegang saham yang punya perhatian terhadap program sosial yang dilakukan perusahaan dan laporan tahunan merupakan

alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi ini (Cowen *et al.* 1987 dalam Achmad 2007). Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang dikembangkan adalah:

H₆: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Umur Perusahaan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Umur perusahaan mengindikasikan berapa lama perusahaan tersebut berdiri dan beroperasi. Semakin lama perusahaan, maka semakin banyak informasi yang diperoleh masyarakat tentang perusahaan tersebut (Sri dan Sawitri 2011). Widiastuti (2002) menyatakan bahwa umur perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing. Umur perusahaan dapat dikaitkan dengan kinerja keuangan suatu perusahaan. Perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman lebih banyak dan mengetahui kebutuhan komitmennya atas informasi tentang perusahaan. Secara umum, perusahaan besar akan lebih transparan dalam mengungkapkan informasi dibandingkan dengan perusahaan yang berskala kecil.

Penjelasan lain yang mungkin adalah perusahaan besar menghadapi biaya politis yang lebih besar dibandingkan daripada perusahaan yang lebih kecil. Perusahaan besar merupakan entitas yang disorot oleh pasar maupun publik secara umum. Lebih transparan dalam pengungkapan informasi merupakan bagian dari upaya perusahaan untuk mewujudkan akuntabilitas publik (Ria *et al.* 2010). Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang dikembangkan adalah:

H₇: Umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Leverage dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Leverage merupakan rasio untuk mengukur besarnya aktiva yang dibiayai oleh utang. Rasio *leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat resiko tak

tertagihnya suatu utang. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur (Schipper 1981 dan Meek *et al.* 1995 dalam Andreas 2009). Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Hal ini sesuai dengan teori keagenan yang memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Reni 2006).

Pendapat lain mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage*, besar kemungkinan perusahaan untuk melakukan pelanggaran terhadap kontrak utang, sehingga manajer akan melaporkan laba saat ini lebih tinggi dibandingkan laba masa depan (Scott 2000) dalam Ardilla (2011). Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang dan manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang. Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Eddy (2005) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang dikembangkan adalah:

H₈: *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti: laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Weygandt *et al.* (2015) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dalam satu periode. Keuntungan yang layak dibagikan

kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Para manajer tidak hanya mendapatkan dividen, tapi juga akan memperoleh *power* yang lebih besar dalam menentukan kebijakan perusahaan.

Hubungan antara pengungkapan sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah menjadi postulat untuk menggambarkan pandangan bahwa tanggapan sosial memerlukan gaya manajerial yang sama seperti apa yang perlu dilakukan untuk membuat perusahaan menghasilkan laba (Bowman dan Haire 1916 dalam Achmad 2007). Pengungkapan sosial perusahaan dipercaya mencerminkan suatu pendekatan manajemen adaptif yang berhubungan dengan suatu lingkungan yang dinamik, multidimensial, mempunyai kemampuan untuk menghadapi tekanan sosial dan tanggap terhadap kebutuhan sosial. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang dikembangkan adalah:

H₉: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Likuiditas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Weygandt *et al.* (2015) menyatakan rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan jangka pendek perusahaan dalam memenuhi kewajibannya dan untuk kebutuhan kas yang tidak terduga. Semakin tinggi angka ratio likuiditas, akan semakin baik bagi investor. Perusahaan yang diminati investor adalah perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang cukup tinggi untuk standar perusahaan sejenisnya.

Kartika (2010) menyimpulkan bahwa semakin rendah tingkat likuiditas perusahaan maka pengungkapan tanggung jawab sosial akan semakin tinggi pula. Likuiditas merupakan salah satu kinerja yang sering dijadikan tolak ukur investor dalam menilai perusahaan. Oleh dari itu ketika likuiditas yang dihasilkan rendah, perusahaan akan cenderung melakukan pengungkapan

corporate social responsibility makin banyak. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang dikembangkan adalah:

H₁₀: Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

METODE PENELITIAN

Jumlah sampel yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini adalah 38 perusahaan non keuangan yang telah dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria pemilihan sampel, maka data yang diperoleh dan pengukuran setiap variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Prosedur Pemilihan Sampel

Keterangan	Total Perusahaan	Total Data
Perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2012-2015.	322	1288
Perusahaan non keuangan yang tidak menerbitkan laporan keuangan yang berakhir pada tanggal 31 Desember selama periode 2012-2015.	(11)	(44)
Perusahaan non keuangan yang tidak menggunakan mata uang Rupiah dalam penyajian laporan keuangan selama periode 2012-2015.	(52)	(208)
Perusahaan non keuangan yang tidak memperoleh laba selama periode 2012-2015.	(93)	(372)
Perusahaan non keuangan yang tidak memiliki kepemilikan manajerial selama periode 2012-2015.	(128)	(512)
Total perusahaan	38	
Total data yang digunakan sebagai sampel		152

Tabel 2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel Dependen	Rumus Variabel
Pengungkapan CSR	$CSR D = \frac{\sum (\text{item informasi CSR yang diungkapkan})}{20}$
Variabel Independen	Rumus Variabel
Kepemilikan Manajerial	$KM = \frac{\sum (\text{saham yang dimiliki manajemen})}{\sum (\text{lembar saham yang beredar})}$
Kepemilikan Publik	$KP = \frac{\sum (\text{saham yang dimiliki publik})}{\sum (\text{lembar saham yang beredar})}$
Kepemilikan Asing	<i>Dummy Variable</i> : 1=Ada kepemilikan asing dan 0=Tidak ada kepemilikan asing
Independensi Dewan Direksi	$IDD = \sum (\text{direktur independen})$
Komite Audit	$KMA = \sum (\text{komite audit})$
Ukuran Perusahaan	$UP = \ln (\text{total aset})$

Umur Perusahaan	UMP = jumlah tahun sejak perusahaan berdiri sampai penelitian ini dilakukan
Leverage	$LEV = \frac{\text{Total kewajiban}}{\text{Total aset}}$
Profitabilitas	$PROF = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total asset}}$
Likuiditas	$CR = \frac{\text{Current assets}}{\text{Current liabilities}}$

HASIL PENELITIAN

Berikut ini disajikan hasil statistik deskriptif dan hasil pengujian hipotesis.

Tabel 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
CSR	152	0,3000	0,9000	0,698684	0,1556813
KM	152	0,000577%	25,610000%	5,00886116%	7,18365397%
KP	152	2,07%	61,85%	32,3408%	14,62696%
KA	152	0	1	0,55	0,499
IDD	152	1	7	2,00	1,395
KMA	152	3	4	3,09	0,290
UP	152	25,579566	33,134053	28,49362975	1,906971746
UMP	152	8	64	34,66	10,133
LEV	152	0,073468	0,780769	0,42271185	0,171885106
PROF	152	0,000757	0,321145	0,07488705	0,059532276
CR	152	0,481553	13,871274	2,66282859	2,506190802

Tabel 4 Hasil Uji t

	B	Sig
(constant)	-0,447	0,129
KM	0,004	0,095
KP	-0,001	0,502
KA	0,055	0,033
IDD	0,004	0,654
KMA	0,080	0,118
UP	0,030	0,002
UMP	-0,001	0,372
LEV	0,032	0,800
PROF	0,128	0,597
CR	0,006	0,490
R		0,388
Adj R ²		0,150

Hasil uji t menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial (KM) memiliki nilai koefisien sebesar 0,004 dan nilai signifikansi sebesar 0,095 dimana nilai ini lebih besar sama dengan 0,05. Hal ini berarti bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sehingga H_1 tidak diterima. Artinya besar kepemilikan manajerial dalam suatu perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Manajer yang memiliki saham di perusahaan tidak begitu tertarik untuk investasi dalam jumlah yang besar dalam aktivitas sosial perusahaan dikarenakan biaya untuk aktivitas ini mungkin melebihi keuntungan yang di peroleh. Oleh karena itu manajer kurang memperhatikan aktivitas sosial dan lingkungan, sehingga menyebabkan tidak terdapat pengaruh dalam pengungkapan CSR.

Kepemilikan publik (KP) memiliki nilai koefisien sebesar -0,001 dan nilai signifikansi sebesar 0,502 dimana nilai ini lebih besar sama dengan 0,05. Artinya, kepemilikan publik tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sehingga H_2 tidak diterima. Hal ini disebabkan karena publik atau masyarakat lebih mementingkan informasi mengenai kinerja perusahaan dalam hal keuangan seperti laba yang di peroleh, dan kebijakan dividen perusahaan dibandingkan dengan informasi mengenai aktivitas sosial perusahaan. Kepemilikan asing (KA) memiliki nilai koefisien 0,055 dan signifikansi sebesar 0,033 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05. Artinya, kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sehingga H_3 diterima. Secara umum permintaan akan pengungkapan akan naik dikarenakan adanya pemisah antara manajemen dan pemegang saham asing secara geografis. Sebagai tambahan, investor asing memiliki nilai dan pengetahuan yang berbeda dibanding investor dalam negeri karena pengetahuan mereka akan pasar asing. Oleh karena itu perusahaan didorong untuk mengungkapkan lebih banyak informasi termasuk informasi mengenai lingkungan dan sosial perusahaan, hal tersebut menyebabkan

semakin besar kepemilikan asing maka tingkat pengungkapan CSR akan semakin tinggi.

Independensi dewan direksi (IDD) memiliki nilai koefisien sebesar 0,004 dan nilai signifikansi sebesar 0,654 dimana nilai ini lebih besar sama dengan 0,05. Artinya, independensi dewan direksi tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sehingga H_4 tidak diterima. Hal ini disebabkan karena direktur independen kurang memperhatikan informasi pengungkapan perusahaan, termasuk didalamnya mengenai CSR. Salah satu penyebabnya karena direktur independen tidak memiliki saham di perusahaan tersebut atau saham yang dimiliki sangat kecil yaitu kurang dari satu persen.

Komite audit (KMA) memiliki nilai koefisien sebesar 0,080 dan nilai signifikansi sebesar 0,118 dimana nilai ini lebih besar sama dengan 0,05. Artinya, komite audit tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sehingga H_5 tidak diterima. Dapat dilihat dalam tabel statistik deskriptif bahwa komite audit mempunyai nilai rata-rata tiga orang, hal ini dimungkinkan bahwa keberadaan komite audit dalam perusahaan hanya sebagai formalitas untuk melaksanakan peraturan Bapepam Nomor IX.15 tentang pembentukan dan pedoman pelaksanaan kerja komite audit tanpa memperhatikan efektivitas dari pelaksanaan fungsi pengawasan oleh komite audit (Fitri 2013). Ukuran perusahaan (UP) memiliki nilai koefisien sebesar 0,030 dan nilai signifikansi sebesar 0,002 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05. Artinya, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sehingga H_6 diterima. Perusahaan besar lebih cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi terutama mengenai informasi CSR, hal itu karena perusahaan besar lebih fokus untuk keberlangsungan perusahaan jangka panjang, maka penting untuk mengungkapkan CSR untuk menarik investor dan juga untuk memberikan citra yang baik bagi perusahaan di mata masyarakat. Sehingga, semakin besar perusahaan tersebut maka semakin besar pula tingkat pengungkapan CSR.

Umur perusahaan (UMP) memiliki nilai koefisien sebesar -0,001 dan nilai signifikansi

sebesar 0,372 dimana nilai ini lebih besar sama dengan 0,05. Hal ini berarti bahwa umur perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sehingga H_{a7} tidak diterima. Jadi perusahaan yang sudah matang ataupun masih baru tetap akan menggunakan dana yang tersedia untuk mendanai aktivitas lain dalam kegiatan operasinya dibandingkan digunakan untuk pengungkapan *corporate social responsibility*. *Leverage* (LEV) memiliki nilai koefisien sebesar 0,032 dan nilai signifikansi sebesar 0,800, dimana lebih besar sama dengan 0,05. Artinya, bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sehingga H_{a8} tidak diterima. Hal ini disebabkan kreditur tidak terpengaruh terhadap banyaknya informasi yang diungkapkan perusahaan, salah satunya mengenai CSR, namun kreditur lebih memperhatikan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Profitabilitas (PROF) memiliki nilai koefisien sebesar 0,128 dan nilai signifikansi sebesar 0,597, dimana lebih besar sama dengan 0,05. Artinya, profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sehingga H_{a9} tidak diterima. Hal ini disebabkan karena perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi cenderung fokus untuk mengungkapkan kesuksesannya di bidang keuangan untuk menarik investor dibandingkan dengan mengungkapkan kegiatan sosial perusahaan. Likuiditas (CR) memiliki nilai koefisien sebesar 0,006 dan nilai signifikansi sebesar 0,490 dimana lebih besar sama dengan 0,05. Hal ini berarti bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sehingga H_{a10} tidak diterima. Artinya perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi cenderung akan menggunakan dananya untuk kegiatan lain seperti pembayaran utang atau melakukan kegiatan investasi daripada untuk meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility*.

PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan publik,

kepemilikan asing, independensi dewan direksi, komite audit, ukuran perusahaan, umur perusahaan, *leverage*, profitabilitas, dan likuiditas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2012 sampai dengan 2015. Hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Khan *et al.* (2013) dan Sufian dan Zahan (2013). Kepemilikan publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur (2012) dan Indraswari dan Astika (2015). Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Khan *et al.* (2013) dan Sufian dan Zahan (2013). Kepemilikan asing berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Khan *et al.* (2013) dan Sufian dan Zahan (2013). Independensi dewan direksi tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Habbash (2015), dan Abdul Rahman (2015). Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Khan *et al.* (2013) dan Jizi *et al.* (2014).

Komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Habbash (2015). Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Khan *et al.* (2013). Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Khan *et al.* (2013), Giannarakis (2014), Wang (2012), Bayoud *et al.* (2012), Al-Ajmi *et al.* (2015), dan Habbash (2015). Hasil ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Nawaiseh *et al.* (2015). Umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini konsisten dengan

penelitian yang dilakukan oleh Al-Ajmi *et al.* (2015). Hasil ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Khan *et al.* (2013), Bayoud *et al.* (2013) dan Habbash (2015).

Leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Khan *et al.* (2013), Al-Ajmi *et al.* (2015), Giannarakis (2014), Wang *et al.* (2012), Jizi *et al.* (2014), Uwuigbe (2012), dan Habbash (2015). Profitabilitas tidak berpengaruh

terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Habbash (2015). Hasil ini tidak konsisten dengan penelitian Al-Ajmi *et al.* (2015), Giannarakis (2014), Nawaisah *et al.* (2015), Jizi *et al.* (2014). Likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Al-Ajmi *et al.* (2015) dan Ekowati *et al.* (2014).

REFERENSI:

- Al-Ajmi, Mahammed, Abdullah Al-Mutairi, dan Nabi Al-Duwaila. 2015. Corporate Social Disclosure Practices in Kuwait. *International Journal of Economics and Finance*, vol. 7, no. 9.
- Bayoud, Nagib S., Marie Kavanagh, dan Geoff Slaughter. 2012. Factors Influencing Levels of Corporate Social Responsibility Disclosure by Libyan Firms: A Mixed Study. *International Journal of Economics and Finance*, vol. 4, no. 4.
- Giannarakis, Grigoris. 2014. Corporate Governance and Financial Characteristic effects on the Extent of Corporate Social Responsibility Disclosure. *Social Responsibility Journal*, vol. 10, no. 4.
- Habbash, Murya. 2015. Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from Saudi Arabia. *Economic and Social Development: Book of Proceedings: 267-282*.
- Indraswari, Gusti Ayu Dyah, dan Ida Bagus Putra Astika. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan CSR. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 11.1 (2015): 289-302.
- Jizi, Mohammad I., Aly Salama, Robert Dixon, dan Rebecca Stratling. 2013. Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from the US Banking Sector. *Journal of Business Ethics* 125:601–615.
- Khan, Arifur, Mohammad Badrul Muttakin, dan Javed Siddiqui. 2013. Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from an Emerging Economy. *Journal of Business Ethics* 114:207–223.
- Nur, Marzully. 2012. Analisis yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Nominal*, Vol.1, No.1.
- Nawaisah, Mohammad E., Soliman S. Also Boa, dan Rezk Abou Zaid Youssef El-shohnah. 2015. Influence of Firm Size and Profitability on Corporate Social Responsibility Disclosures by Banking Firms (CSR): Evidence from Jordan. *Journal of Applied Finance & Banking*, vol. 5, no. 6.
- Republik Indonesia. 2007. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Sufian, Mohammad Abu dan Muslimah Zahan. 2013. Ownership Structure and Corporate Social Responsibility Disclosure in Bangladesh. *International Journal of Economics and Financial Issues*, vol. 3, no. 4.
- Uwuigbe, Uwalomwa, dan Ben Caleb Egbide. 2012. Corporate Social Responsibility Disclosures in Nigeria: A Study of Listed Financial and Non Financial Firms. *Journal of Management and Sustainability*, vol.2, no. 1.
- Wang, Peng, Fangjun Wang, Junrui Zhang, dan Bei Yang. 2012. The Effect of Ultimate Owner and Regulation Policy on Corporate Social Responsibility Information Disclosure: Evidence from China. *African Journal of Business Management*, Vol. 6(20).

Weygandt, Jerry J., Paul D Kimmel, dan Donald E Kieso. 2015. *Financial Accounting IFRS Edition*. United States: John Wiley and Sons, Inc.