

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
DEPARTEMEN MANAJEMEN  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH  
ANDI WINALAR PURWANDAKA  
NIM: 040710255**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2012**

**SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***

**DIAJUKAN OLEH  
ANDI WINALAR PURWANDAKA  
NIM : 040710255**


**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :  
DOSEN PEMBIMBING,**



**Dr. FITRI ISMIYANTI, S.E., M.Si.**

**TANGGAL 20 Juli 2012**

**KETUA PROGRAM STUDI,**



**Dra. Ec. NURI HERACHWATI, M.Si., M.Sc.**

**TANGGAL 20 Juli 2012**

### PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Andi Winalar Purwandaka, 040710255), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 26 Juni 2012



Andi Winalar Purwandaka

NIM : 040710255

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul Faktor-Faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* tepat pada waktunya. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Universitas Airlangga. Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan baru bagi siapapun yang membaca.

Penulis menyadari bahwa proses penulisan skripsi ini tentunya tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, perhatian serta doa dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih dengan setulus hati kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan petunjuk dan hidayah-Nya kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Muslich Anshori, SE., M.Sc, AK., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
3. Bapak Sri Gunawan, DBA., selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya.
4. Ibu Dra. Ec. Nuri Herachwati, M.Si., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya.

5. Ibu Dr. Fitri Ismiyanti, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing penulis yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikiran beliau dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga atas ilmu-ilmu yang diberikan selama masa kuliah. Terima kasih banyak pak, bu.
7. Kedua orang tua penulis, ibu dan ayah yang senantiasa memberikan dukungan dan doanya kepada penulis dan memberikan semangat dan motivasi agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih banyak atas kasih sayang yang kalian berikan.
8. Adik dan kakak penulis, mbak Asri dan Arni yang jauh di jogja, dan secara tidak langsung memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.
9. Teman-teman seperjuangan penulis, baik yang sudah lulus maupun yang masih berjuang. Eko, Rangga, Ketor, Deni. Terima kasih sudah mau menerima penulis sebagai sahabat kalian dengan segala kekurangan yang dimiliki penulis. Masa-masa indah sewaktu kuliah semoga tidak akan terlupa kawan.
10. Seseorang yang telah berjasa bagi penulis, Anika Sulistyoningrum, terima kasih telah mau menerima, mendukung, mendampingi, dan memarahi penulis. Dan dengan sabar dan ikhlas menerima segala kekurangan dan kelebihan yang penulis miliki sehingga penulis bisa lebih rajin dan berprestasi dalam menjalankan studi sebagai mahasiswa di Universitas Airlangga.

11. Sahabat-sahabat penulis diluar kampus, Edo Yosia dan Rifki Ramadhani.  
Terima kasih telah menemani penulis sejak masih dibangku SMA. Susah bareng, senang bareng dilampaui bersama. Semoga persahabatan kita yang telah lama berlangsung ini tidak pernah terputus. Semoga cepat lulus teman.
12. Teman-teman kelas G, Jatmiko, Basidl, Deni Azwar, Iqbal, Dofir, Novan, Alvin, Yosi, Fida, Dinda, Riska, Anggita, Ratih, Yuni, Cipret dan semuanya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Persahabatan dan kenangan dari semester satu yang tidak akan pernah penulis lupakan.
13. Teman-teman angkatan 2007, Pigonk, Sutik, Yuda, Choki, Teguh, Anjar, Putra, Yusron, Miko, Pandu, Aldi, Itok, Jefri, Dines, Gitta, Indah, Windi, Puput, Nia, Intan, dan semuanya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
14. Teman-teman KKN-BBM ke 43 Universitas Airlangga, terima kasih atas kenangan dan pengalaman KKN di desa Telasih Sidoarjo selama 1 bulan yang tidak akan penulis lupakan.

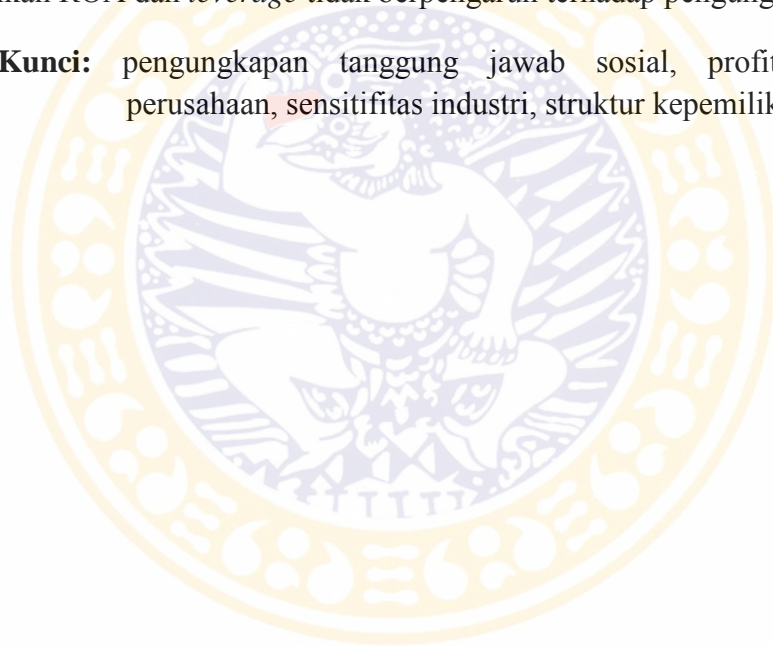
Surabaya, 18 Juni 2012

Penulis

## ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) pada laporan tahunan perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah profitabilitas, *size* perusahaan, sensitifitas industri, struktur kepemilikan, dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan non keuangan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2009-2011. Total sampel penelitian adalah 41 perusahaan dengan tiga tahun pengamatan sehingga total keseluruhan terdapat 123 observasi. Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa *size* perusahaan, struktur kepemilikan, dan sensitifitas industri berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan, sedangkan profitabilitas yang diproksikan ROA dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

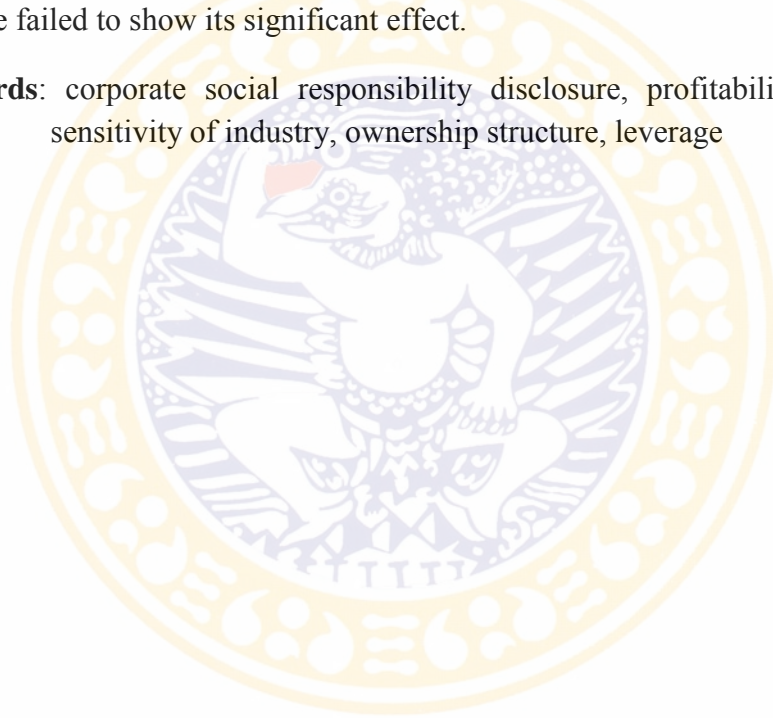
**Kata Kunci:** pengungkapan tanggung jawab sosial, profitabilitas, *size* perusahaan, sensitifitas industri, struktur kepemilikan, *leverage*



## ABSTRACT

This research tries to test about the factors that influence the disclosure of corporate social responsibility (CSR) at the company's annual report. The purpose of this study is to determine whether profitability, firm size, sensitivity of industry, ownership structure, and leverage influence the company's CSR disclosure. Samples used in this study are non-financial companies listed at the Indonesia Stock Exchange during the period 2009-2011. The total research sample are 41 companies with three years observations so that, the total overall are 123 observations. The results of multiple regression showed that the company size, ownership structure, and sensitivity of industry have a positive and significant effect on company's CSR disclosure, but profitability that proxied ROA and leverage failed to show its significant effect.

**Keywords:** corporate social responsibility disclosure, profitability, firm size, sensitivity of industry, ownership structure, leverage





## DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTARK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Teori <i>Stakeholder</i> .....	9
2.2 Teori Legitimasi.....	11
2.3 Corporate Social Responsibility (CSR).....	13
2.4 Pengungkapan CSR Perusahaan.....	19

2.5	Penilaian Kinerja Lingkungan Perusahaan Melalui PROPER.....	22
2.6	Faktor-Faktor yang Berpengaruh Pada Pengungkapan CSR.....	23
2.6.1	Profitabilitas.....	23
2.6.2	Ukuran Perusahaan ( <i>Size</i> ).....	24
2.6.3	Sensitifitas Industri.....	25
2.6.4	Struktur Kepemilikan.....	25
2.6.6	<i>Leverage</i> .....	26
2.7	Penelitian Sebelumnya.....	27
2.8	Hipotesis.....	29
2.9	Model Analisis.....	29
2.10	Kerangka Berpikir.....	30
<b>BAB 3</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
3.1	Pendekatan Penelitian.....	31
3.2	Identifikasi Variabel.....	31
3.2.1	Variabel Dependen.....	31
3.2.2	Variabel Independen.....	31
3.3	Definisi Operasional.....	32
3.3.1	Variabel Dependen.....	32
3.3.2	Variabel Independen.....	33
3.3.2.1	Profitabilitas.....	33
3.3.2.2	Sensitifitas Industri.....	34
3.3.2.3	<i>Size</i> Perusahaan.....	34
3.3.2.4	Struktur Kepemilikan.....	34

3.3.2.5 <i>Leverage</i> .....	35
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	35
3.5 Prosedur Pengumpulan Data.....	35
3.6 Prosedur Pengumpulan Sampel.....	36
3.7 Teknik Analisis.....	37
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Obyek Penelitian.....	45
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 <i>Corporate Social Responsibility Index</i> .....	46
4.2.2 Profitabilitas.....	47
4.2.3 Ukuran Perusahaan.....	47
4.2.4 <i>Leverage</i> .....	48
4.2.5 Struktur Kepemilikan.....	48
4.2.6 Sensitifitas Industri.....	49
4.3 Analisis Model dan Pengujian Hipotesis.....	49
4.3.1 Model Regresi.....	49
4.3.2 Pengujian Hipotesis.....	51
4.3.2.1 Uji t-statistik.....	51
4.3.2.2 Uji Silmultan (Uji F).....	53
4.3.2.3 Koefisien Determinasi.....	53
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	54
4.3.1.1 Uji Normalitas.....	54
4.3.1.2 Uji Multikolinieritas.....	56

4.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.3.1.4 Uji Autokorelasi.....	58
4.4 Pembahasan.....	59
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran .....	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berfikir Penelitian.....	30
Gambar 4.1	<i>Normal Probability Plot</i> .....	54
Gambar 4.2	Histogram.....	55
Gambar 4.3	Diagram <i>Scatterplot</i> .....	58

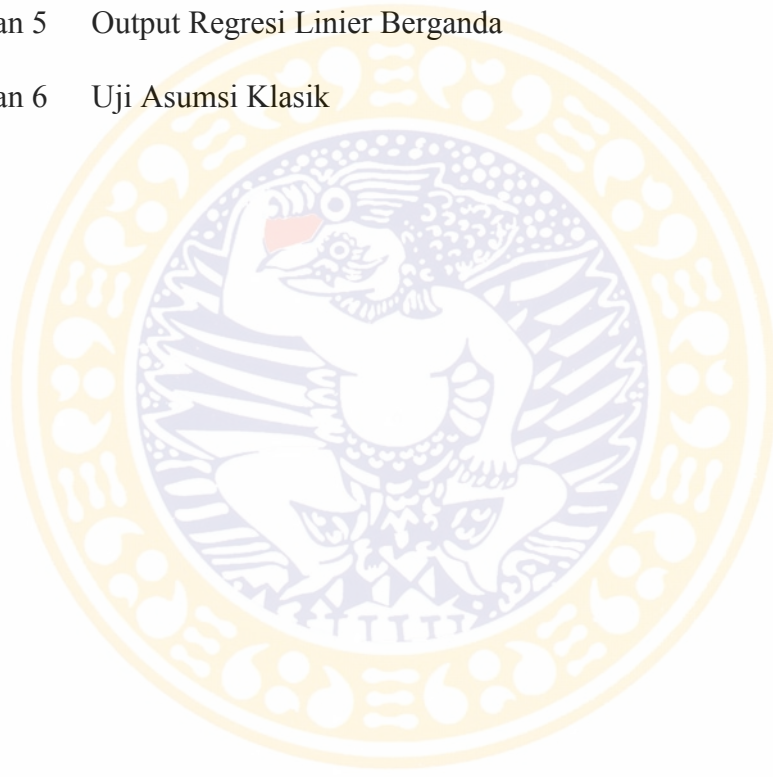


## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jumlah <i>Item</i> Masing-Masing Sektor Industri.....	45
Tabel 4.1	Jumlah Sampel Penelitian.....	45
Tabel 4.2	Analisa Deskriptif Variabel Penelitian.....	46
Tabel 4.3	Analisa Deskriptif -Owner.....	48
Tabel 4.4	Analisa Deskriptif -Ind.....	49
Tabel 4.5	Hasil Analisis Regresi.....	50
Tabel 4.6	Hasil Uji F.....	53
Tabel 4.7	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	56
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinieritas.....	57
Tabel 4.9	Uji Durbin-Watson.....	59

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 *Checklist* Pengungkapan CSR
- Lampiran 2 Data Perusahaan Non Keuangan Berdasarkan Kriteria
- Lampiran 3 Data Penelitian
- Lampiran 4 Statistik Deskriptif
- Lampiran 5 Output Regresi Linier Berganda
- Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik



## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar belakang

Dalam lingkungan pasar yang kompetitif saat ini, bisnis dihadapkan pada tantangan baru yang tidak hanya berorientasi pada ekonomi semata. Untuk bertahan dan berkembang perusahaan harus menjembatani antara sistem sosial dan ekonomi. Diantara sistem sosial yang ada salah satunya adalah tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Menurut Rouf (2011), peran bisnis diseluruh dunia dan terutama di negara-negara berkembang telah berkembang dari beberapa dekade terakhir, dari pendekatan klasik, yaitu memaksimalkan laba ke pendekatan tanggung jawab sosial. Ini merupakan suatu pemikiran yang beranggapan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham saja, tetapi juga kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). Susiloadi (2008), menyatakan bahwa konsep CSR muncul sebagai akibat adanya kenyataan bahwa pada dasarnya karakter alami dari setiap perusahaan adalah mencari keuntungan semaksimal mungkin, tanpa memperdulikan kesejahteraan karyawan, masyarakat, dan lingkungan alam. Seiring dengan meningkatnya kesadaran dan kepekaan *stakeholders* perusahaan maka konsep CSR muncul dan menjadi bagian tidak terpisahkan dengan kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan mempunyai kewajiban terhadap para pihak yang berkepentingan (*stakeholder*), yaitu termasuk didalamnya pelanggan atau



*customers*, pegawai, investor, pemerintah, dan sebagainya. Menurut Susanto (2003), CSR sudah banyak dipandang sebagai suatu keharusan didalam berbisnis. Korporasi semakin menyadari bahwa CSR pada akhirnya berdampak positif bagi bisnis itu sendiri. Korporasi dapat terbimbing untuk melaksanakan orientasi etika yang kuat. Mereka bisa membangun hubungan dengan masyarakat secara lebih positif. Dasar pemahaman CSR sendiri, menurut Wiwoho (2008), pada umumnya berkisar pada tiga hal pokok, yaitu yang pertama, CSR adalah suatu peran yang sifatnya sukarela (*voluntary*), yang kedua yaitu disamping sebagai institusi profit, perusahaan menyisihkan sebagian keuntungannya untuk kedermawanan (*filantropi*) yang tujuannya untuk memberdayakan dan memperbaiki kerusakan lingkungan akibat eksplorasi dan eksploitasi. Yang terakhir yaitu CSR sebagai bentuk kewajiban (*obligation*) perusahaan untuk peduli dan mengentaskan krisis kemanusiaan dan lingkungan yang terus meningkat. Konsep dari CSR yang dijalankan suatu perusahaan sejalan dengan *legitimacy theory*. Menurut Harsanti (2011), jika terjadi ketidakselarasan sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat maka perusahaan akan kehilangan legitimasinya sehingga mengancam kelangsungan hidup perusahaan.

Dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa peraturan mengenai CSR di Indonesia. Salah satu tujuannya adalah agar peraturan tersebut dapat mengikat suatu perusahaan tertentu untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Peraturan yang pertama yaitu keputusan menteri BUMN tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL), mengenai pelaksanaan PKBL pada Badan Usaha Milik Negara. Peraturan berikutnya yaitu Undang-Undang Perseroan

Terbatas nomor 40 tahun 2007 yaitu yang berisikan selain BUMN, kewajiban terhadap CSR juga berlaku pada Perseroan Terbatas (PT) yang kegiatan operasionalnya berkaitan dengan sumber daya alam. Peraturan yang selanjutnya yaitu Undang-Undang Penanaman Modal Nomor 25 tahun 2007, yaitu dalam pasal 15 (b), dinyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Adapun peraturan mengenai CSR lainnya yaitu Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 tahun 2001, yaitu peraturan CSR untuk perusahaan yang kegiatan operasionalnya mengelola sumber daya alam, dalam hal ini minyak dan gas bumi.

Pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu pendekatan bagaimana perusahaan mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan mereka. Perusahaan perlu untuk mengungkapkan laporan kegiatannya kepada para pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) di dalam laporan tahunan, atau melalui pengungkapan informasi tambahan. Salah satu tujuannya adalah untuk mengurangi kesenjangan antara *stakeholder* dengan perusahaan, yaitu dengan meningkatkan transparansi dan keterbukaan untuk berbagi informasi dengan para *stakeholder*. Menurut Said *et al.*, (2009), tata kelola perusahaan yang efektif dapat menjamin bahwa para pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) dapat mengetahui bagaimana kinerja dari perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus melaporkan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan kepada para pihak yang berkepentingan. Jika pengungkapan CSR dikaitkan dalam teori legitimasi, menurut Harsanti (2011), pengungkapan informasi CSR dalam laporan keuangan merupakan salah satu cara

perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis.

Menurut Nasution (2001), apabila pelaksanaan prinsip keterbukaan informasi dikaitkan dengan strategi pengelolaan perusahaan yang baik, maka penekanan pelaksanaan prinsip keterbukaan menjadi penting. Hal ini penting sebab prinsip keterbukaan tersebut telah menjadi suatu kerangka dari pengelolaan perusahaan yang baik. Dalam kutipan tersebut jelas terlihat bahwa antara pengungkapan keterbukaan terhadap laporan CSR dengan tata kelola perusahaan yang baik terdapat suatu hubungan yang erat.

Adanya suatu pengungkapan informasi mengenai pelaporan mengenai kegiatan CSR ternyata juga dapat meningkatkan laba dari perusahaan. Hal ini didasarkan dari pengamatan yang dilakukan oleh Lako (2011), bahwa hasil pengamatannya menunjukkan mayoritas emiten BEI yang secara konsisten peduli dan mengungkapkan informasi CSR dalam pelaporan perusahaan membukukan kenaikan laba dan nilai perusahaan yang signifikan dari tahun ke tahun. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Darwis (2009) juga mengatakan hal yang berbeda. Menurutnya profitabilitas perusahaan memiliki hubungan yang negatif tetapi tidak signifikan.

Selain tata kelola perusahaan dan laba (profitabilitas), terdapat beberapa faktor lain yang mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR pada laporan perusahaan. Seperti yang diteliti oleh Darwis (2009), hasil penelitiannya

menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan akan semakin mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Hal ini sejalan dengan yang dinyatakan oleh Pahuja (2009), menurutnya ada beberapa kemungkinan alasan untuk mengharapkan adanya hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan tingkat pengungkapan lingkungan dalam laporan tahunan. Alasan yang pertama yaitu akumulasi dan distribusi informasi akan menimbulkan biaya yang mahal. Perusahaan yang berukuran kecil mungkin tidak memiliki sumber daya yang diperlukan untuk mengumpulkan sejumlah besar informasi dan untuk menyebarkannya kepada publik. Alasan yang kedua yaitu pada perusahaan besar informasi biasanya dikumpulkan untuk pelaporan internal dan kemudian digunakan dalam pengambilan keputusan manajerial.

Faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan CSR, menurut Reverte (2009), salah satu hasil temuannya adalah perusahaan dengan industri yang sensitif terhadap lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap rating dari pengungkapan CSR. Masih menurut Reverte (2009), yang dimaksud dengan industri yang lebih sensitif adalah yang dianggap memiliki risiko lebih untuk dikritik dalam hal CSR, karena aktivitas perusahaan yang melibatkan risiko lebih tinggi dari dampak lingkungan. Sektor industri yang sensitif tersebut adalah sektor industri logam pertambangan, minyak dan gas, bahan kimia, kehutanan dan kertas, baja dan sejenisnya, listrik, distribusi gas, dan air.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah apakah *profitability*, *company size*, *industry sensitivity*, *ownership structure* dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *profitability*, *company size*, *industry sensitivity*, *ownership structure* dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat untuk memperoleh informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur secara signifikan.
2. Bagi investor, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan dalam mengamati informasi kinerja suatu perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi, sehingga tidak hanya informasi keuangan semata.
3. Bagi penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan landasan pemikiran untuk memperbaiki keterbatasan-keterbatasan yang ada di penelitian ini.

## 1.5 Sistematika Skripsi

### BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah mengenai pentingnya pelaksanaan dan pengungkapan kegiatan CSR bagi perusahaan. Dengan latar belakang tersebut dilakukan perumusan masalah, kemudian dibahas mengenai batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

### BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian, yaitu mengenai teori *stakeholder*, teori legitimasi, pengertian CSR serta pengungkapan CSR, dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Dalam bab ini juga dibahas penelitian terdahulu terkait dengan pengungkapan kegiatan CSR yang kemudian dijadikan acuan dalam penelitian ini untuk mengembangkan hipotesis, model analisis serta kerangka berfikir penelitian.

### BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ini mencakup pendekatan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, pemilihan sampel, jenis dan sumber data yang digunakan oleh penulis, prosedur pengumpulan data dan teknik analisis yang digunakan dalam pengujian hipotesis.

### BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini mengemukakan tentang gambaran objek penelitian, yaitu CSR, deskripsi hasil penelitian, analisis model dan pembuktian hipotesis serta pembahasan hasil penelitian.

## BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang kesimpulan hasil penelitian bahwa variabel *size* perusahaan, struktur kepemilikan, dan sensitifitas industri berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan profitabilitas dan *leverage* tidak. serta saran-saran dari penulis untuk pengembangan skripsi ini.



## BAB 2

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Teori *Stakeholder*

Saat ini, pergeseran filosofis pengelolaan organisasi entitas bisnis yang didasarkan pada teori keagenan (*agency theory*) yaitu tanggung jawab perusahaan yang berorientasi kepada pengelola (*agen*) dan pemilik (*principle*) mengalami perubahan kepada pandangan manajemen modern yang didasarkan pada *stakeholder theory* (Hidayati dan Murni, 2009). Dalam hal ini terdapat perluasan tanggung jawab perusahaan yaitu kepada lingkungan sosial dimana suatu perusahaan berada.

Menurut Branco dan Rodrigues (2007), teori *stakeholder* didasarkan pada gagasan bahwa diluar pemegang saham (*shareholders*) ada beberapa pihak yang berkepentingan dengan tindakan dan keputusan-keputusan perusahaan. Hal tersebut senada dengan yang dinyatakan oleh Mitchell *et al.*, (1997), bahwa pendekatan teori *stakeholder* dimaksudkan untuk memperluas visi manajemen terhadap peran dan tanggung jawab perusahaan di luar fungsi memaksimalkan laba, untuk memasukkan kepentingan dan klaim dari kelompok yang bukan merupakan pemegang saham.

Harizan dan Siwar (2008), menyatakan bahwa CSR adalah mengenai mengelola perubahan pada tingkat perusahaan dengan cara bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan yang dapat dilihat dalam dua dimensi yang berbeda, yaitu dimensi internal dan eksternal. Dimensi internal merupakan praktek tanggung jawab sosial terutama berhubungan dengan karyawan dan terkait dengan



masalah-masalah seperti investasi pada modal berupa manusia, kesehatan dan keselamatan dan perubahan manajemen. Sementara praktek-praktek tanggung jawab lingkungan terkait dengan pengelolaan sumber daya alam dan penggunaannya dalam produksi. Sementara yang kedua yaitu dimensi eksternal, merupakan kegiatan CSR diluar perusahaan, yaitu dengan masyarakat setempat dan melibatkan berbagai *stakeholder* seperti mitra bisnis, pemasok, pelanggan, otoritas publik, dan LSM yang mewakili masyarakat lokal serta lingkungan.

Selain mengklasifikasikan *stakeholder* menjadi 2 dimensi, yaitu internal dan eksternal, pernyataan lain diungkapkan oleh Clarke (1998) dalam Wibowo (2008), yang berpendapat bahwa jenis *stakeholder* terbagi menjadi dua, yaitu kontraktual dan komunitas. Adapun yang termasuk jenis *stakeholder* kontraktual yaitu pemegang saham, pelanggan, karyawan, distributor, pemasok, dan kreditur. Sementara jenis *stakeholder* komunitas yaitu konsumen, pemerintah, kelompok penekan, media, dan komunitas lokal.

Teori *stakeholder* menekankan bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial yang menuntut suatu perusahaan mempertimbangkan semua kepentingan berbagai pihak yang terkena pengaruh atas tindakannya (Riyadi, 2008). Menurut Roberts (1992), model perencanaan perusahaan dan kebijakan bisnis dari konsep *stakeholder* fokus pada mengembangkan dan mengevaluasi persetujuan atas keputusan strategis perusahaan oleh pihak-pihak yang dukungannya diperlukan agar perusahaan bisa tetap berjalan. Kinerja sosial perusahaan dapat dilihat dari kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi harapan dari para *stakeholder* yang menyangkut isu-isu sosial.

Donaldson dan Preston (1995) dalam Riyadi (2008), menyatakan bahwa teori *stakeholder* dapat digunakan dalam tiga cara, yaitu:

1. Cara deskriptif atau empiris, teori ini digunakan untuk menggambarkan dan kadang menjelaskan karakteristik dan perilaku spesifik perusahaan. Sifat pendekatan ini adalah deskriptif.
2. Cara instrumental, teori ini digunakan untuk mengidentifikasi kaitan atau kurangnya koneksi antara manajemen, pemangku kepentingan, dan pencapaian sasaran perusahaan tradisional (misalnya keuntungan, pertumbuhan, dan sebagainya). Sifat pendekatan ini adalah prespektif. Pendekatan ini melihat *stakeholder* sebagai alat (*means*) untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu menghasilkan keuntungan dan meningkatkan efisiensi.
3. Cara normatif, teori ini digunakan untuk menginterpretasikan fungsi perusahaan dan mengidentifikasi panduan moral atau filosofis yang harus diikuti berkaitan dengan operasi dan manajemen perusahaan. Pendekatan normatif melihat *stakeholder* sebagai tujuan (*end*).

## 2.2 Teori Legitimasi

Konsep legitimasi berhubungan dengan bagaimana peran legitimasi dalam kehidupan sosial, khususnya pada terbentuk dan bertahannya wewenang. Dalam pengertian secara mendasar, legitimasi adalah tentang hubungan sosial tertentu yang dikukuhkan sebagai hal yang benar dan tepat secara moral (Harsanti, 2011). Dalam hal ini, teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Menurut Sun dan Salama (2010), legitimasi dapat dilihat

sebagai cara berkomunikasi, dalam hubungan antara perusahaan dengan masyarakat, untuk mendapat dukungan masyarakat. Manajer yang memiliki kontrol dari proses pengambilan keputusan, memiliki insentif untuk menggunakan strategi tersebut untuk memenuhi harapan kelompok *stakeholder* yang lain.

Lindrianasari (2007) menyatakan, alasan mengapa perusahaan secara sukarela melakukan pengungkapan akuntansi lingkungan adalah untuk menjaga reputasi perusahaan agar dapat bertahan dan terhindar dari berbagai penolakan masyarakat. Penjelasan tersebut sesuai dengan teori legitimasi (*legitimacy theory*) yang memberikan alternatif alasan mengapa perusahaan mengungkapkan laporan kegiatan CSRnya.

Dalam pelaksanaannya, perusahaan akan melalui berbagai tahapan berkaitan dengan legitimasinya. Menurut Tilling (2004), ada empat tahapan yang berlaku secara umum dalam proses strategi legitimasi, yaitu:

1. *Establishing legitimacy*. Pada tahap pertama ini merupakan tahap awal pengembangan perusahaan dan cenderung berputar disekitar isu-isu kompetensi.
2. *Maintaining legitimacy*. Tahap ini merupakan suatu upaya untuk mempertahankan legitimasi. Terjadi ketika organisasi telah mencapai ambang batas dukungan yang cukup untuk kegiatan yang sedang berjalan.
3. *Extending legitimacy*. Tahap ini merupakan upaya untuk memperluas legitimasi. Upaya untuk memperluas legitimasi terjadi ketika organisasi tersebut didirikan dan menjadi domain baru memasuki kegiatan atau

memanfaatkan struktur atau proses baru. Kegiatan legitimasi cenderung menjadi intensif dan proaktif sebagai upaya manajemen untuk memenangkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat.

4. *Defending legitimacy*. Tahap ini merupakan upaya manajemen untuk mempertahankan. Terjadi ketika legitimasi yang masih ada pada organisasi terancam atau mendapat tantangan. Dalam hal ini kegiatan legitimasi cenderung intensif dan reaktif sebagai upaya untuk menghadapi suatu ancaman.

Keberadaan perusahaan dimungkinkan karena adanya pengakuan oleh orang lain atau masyarakat luas. Keberadaan itu ditegaskan oleh konsep *social legitimation* atau keabsahan sosial (Prayogo, 2008). Dalam konteks ini, ditekankan pentingnya *social contract*, yaitu kesepakatan bersama yang dibangun atas kerelaan guna menciptakan kesejahteraan secara bersama. Menurut Harsanti (2011), pengungkapan informasi perusahaan dapat dipandang sebagai suatu strategi untuk mengkomunikasikan aktivitas sosial yang dapat dipergunakan oleh organisasi untuk mempertahankan legitimasinya. Dalam hal ini perusahaan akan menunjukkan bahwa perusahaan mampu memenuhi kontrak sosial dengan masyarakat sekitarnya.

### **2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)**

Terdapat banyak definisi mengenai CSR, baik yang dikemukakan oleh pakar maupun suatu lembaga. Menurut Kurniati (2011), Pengenalan konsep *sustainability development* memberikan dampak kepada perkembangan definisi dan konsep CSR. Teori *corporate sustainability* mengemukakan bahwa

pembangunan bisnis harus berlandaskan pada tiga pilar utama yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan secara terpadu, serta tidak mengorbankan kepentingan generasi-generasi berikutnya untuk hidup dan memenuhi kebutuhannya (Lako, 2011:6).

Lembaga yang mengemukakan definisi CSR yang sesuai dengan teori *corporate sustainability* adalah *The World Business Council for Sustainability Development*. Organisasi tersebut mendefinisikan CSR Sebagai komitmen berkelanjutan dari para pelaku bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi. Pada saat yang sama meningkatkan kualitas hidup dari para pekerja dan keluarganya, demikian pula masyarakat lokal dan masyarakat secara luas (Kurniati, 2011).

Terdapat beberapa definisi beragam mengenai CSR, diantaranya dikemukakan oleh Daft (2007), menyatakan bahwa CSR sebagai kewajiban manajemen untuk membuat pilihan dan mengambil tindakan yang akan memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan dan kepentingan masyarakat serta organisasi itu sendiri. Sementara Tanudjaja (2006), mendefinisikan CSR sebagai komitmen industri untuk mempertanggungjawabkan dampak operasi dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan serta menjaga agar dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungannya. Sedangkan Harsanti (2011), mendefinisikan CSR sebagai suatu komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas. Definisi serupa juga dikemukakan oleh Susiloadi (2008),

bahwa CSR dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu konsep yang mewajibkan perusahaan untuk memenuhi dan memperhatikan para *stakeholder* dalam kegiatan operasinya mencari keuntungan.

Sementara, ISO 26000 mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab organisasi terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, serta memperhatikan kepentingan *stakeholder* (Utami, 2011). ISO 26000 sendiri merupakan standar pedoman yang bersifat sukarela mengenai tanggung jawab sosial suatu instansi yang mencakup semua sektor badan publik ataupun badan privat baik di negara berkembang maupun negara maju. Dari beragam definisi tersebut, pada intinya CSR merupakan operasi bisnis yang berkomitmen untuk tidak hanya meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, tetapi juga melakukan pembangunan sosial dan ekonomi secara melembaga, bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Dasar pemikiran CSR adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban mencari laba dan menaikkan nilai perusahaan dengan cara mensejahterakan para pemegang saham (*shareholder*), tetapi juga mempunyai kepentingan lain yaitu terhadap pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). Jadi perusahaan tidak lagi berpijak pada pemahaman mengenai *single bottom line*, yaitu hanya melihat nilai perusahaan dari kondisi keuangan semata, tetapi harus bertanggung jawab terhadap aspek lain, yaitu tanggung jawab perusahaan terhadap aspek sosial, lingkungan, dan keuangan atau yang disebut dengan *triple bottom lines*.

Tanudjaja (2006), dalam kutipannya pada pendapat yang dinyatakan Porter (2002) menyatakan CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar atau yang lebih dikenal dengan istilah *triple bottom lines* yaitu terdiri dari *profit*, *people*, dan *planet*. Adapun definisi dari ketiga prinsip tersebut yaitu :

1. *Profit*, dalam hal ini perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
2. *People*, yaitu perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar disekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, dan sebagainya.
3. *Planet*, yaitu kepedulian perusahaan terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman, dan sebagainya.

Menurut Murwaningsari (2009), ruang lingkup CSR antara lain yang pertama yaitu *basic responsibility*, yaitu tanggung jawab yang muncul karena keberadaan perusahaan. Yang kedua yaitu *organizational responsibility*, yaitu tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi kepentingan *stakeholder*, dan ruang lingkup yang ketiga adalah *societal responsibility*, yaitu merupakan tanggung jawab yang menjelaskan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan masyarakat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan.

CSR merupakan konsep yang banyak digunakan perusahaan untuk menangani hubungan antara bisnis dengan lingkungan sosial. Namun, beberapa konsep seperti *corporate sustainability*, dan *corporate citizenship* telah diajukan sebagai konseptual pada hubungan tersebut. Gagasan dari *corporate citizenship* itu sendiri, menurut Lako (2011) yaitu menuntut perusahaan selalu berkomitmen dan proaktif membangun relasi positif dengan para *stakeholder* serta menemukan peluang dan strategi bisnis yang tepat dalam melayani masyarakat. Beberapa peneliti melihat ketiga konsep tersebut sebagai sesuatu yang identik.

Branco dan Rodrigues (2007) menyatakan, konsep dari tanggung jawab sosial menunjukkan bahwa apa yang terpenting adalah bukan bagaimana perusahaan harus merespon tekanan sosial, tetapi merupakan apa yang harus perusahaan lakukan dalam jangka panjang didalam sistem sosial yang dinamis. Gagasannya adalah bahwa orientasi bisnis dalam setiap dimensi sosial harus antisipasif dan preventif.

Terdapat beberapa manfaat dan tujuan bagi perusahaan dalam pelaksanaan kegiatan CSR. Menurut Lako (2011), tujuan dari adanya pelaksanaan CSR adalah agar keberadaan suatu perusahaan tidak hanya semata-mata sebagai institusi ekonomi yang mencari laba karena telah melakukan kontrak hukum dengan negara, tetapi juga sebagai institusi sosial dan bagian dari ekosistem setempat.

Kegiatan CSR dapat menjadi suatu aset yang strategis dan kompetitif bagi perusahaan di tengah kompetisi persaingan bisnis yang semakin ketat. Susiloadi (2008) menyatakan bahwa kegiatan CSR dapat memberi banyak keuntungan bagi perusahaan, yaitu yang pertama adalah adanya peningkatan profitabilitas bagi



perusahaan dan kinerja finansial yang lebih baik. Keuntungan yang kedua yaitu menurunkan risiko benturan dengan komunitas masyarakat sekitar, karena sesungguhnya substansi keberadaan CSR adalah dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri. Keuntungan yang ketiga yaitu mampu meningkatkan reputasi perusahaan yang dapat dipandang sebagai *social marketing* bagi perusahaan tersebut yang merupakan bagian dari pembangunan citra perusahaan (*corporate image building*).

Dalam pelaksanaannya, kegiatan CSR tentu akan menimbulkan suatu biaya (*cost*) bagi perusahaan. Hal ini sesuai dengan yg dinyatakan oleh Siregar (2007), menurutnya masih banyak perusahaan tidak mau menjalankan program-program CSR karena melihat hal tersebut hanya sebagai pengeluaran biaya (*cost center*). CSR dianggap tidak memberikan hasil secara keuangan dalam jangka pendek. Jika melihat dari pernyataan tersebut, maka diperlukan suatu sistem yang berkelanjutan dalam melaksanakan kegiatan CSR, agar dalam jangka panjang diharapkan akan memberikan hasil yang positif baik secara langsung maupun tidak langsung bagi masa depan perusahaan. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Kurniati (2011), bahwa setidaknya terdapat tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha harus merespon CSR agar sejalan dengan jaminan keberlanjutan operasional perusahaan, yaitu:

1. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Perusahaan harus menyadari bahwa mereka beroperasi dalam satu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial ini berfungsi sebagai kompensasi atau upaya

timbang balik atas penguasaan sumber daya alam atau sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang kadang bersifat ekspansif dan eksploratif, disamping sebagai kompensasi sosial karena timbul ketidaknyamanan (*discomfort*) pada masyarakat.

2. Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Wajar bila perusahaan dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga dapat tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakan citra dan performa perusahaan.
3. Kegiatan CSR merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindarkan potensi konflik sosial. Potensi konflik itu dapat terjadi akibat dari dampak operasional perusahaan atau akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan.

#### **2.4 Pengungkapan CSR Perusahaan**

Sebelum membuat keputusan investasi, investor biasanya peduli terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan. Hal ini dianggap penting bagi keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan. Dengan mengungkapkan informasi mengenai isu-isu sosial dan lingkungan, perusahaan dapat meningkatkan citranya dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Pratten (2009), bahwa perusahaan tidak hanya perlu untuk menghasilkan keuntungan, tetapi perusahaan juga harus dapat berperilaku secara moral, dan bertanggung jawab atas tindakan mereka kepada masyarakat secara keseluruhan.

Dalam hal ini perusahaan harus memberikan informasi sosial sehubungan dengan kegiatan mereka di lingkungan, masyarakat, tempat kerja dan konsumen. Tindakan tersebut harus dapat diterima oleh semua *stakeholder*.

Roberts (1992) menyatakan bahwa mengembangkan reputasi perusahaan dalam kegiatan CSR adalah melalui melaksanakan dan mengungkapkan kegiatan CSR, hal tersebut merupakan bagian dari rencana strategis perusahaan untuk mengelola hubungan dengan *stakeholder*. Perusahaan harus memiliki kebijakan CSR, ini tidak berarti bahwa kebijakan CSR perusahaan dapat diungkapkan kepada setiap *stakeholder*. Perusahaan dapat memilih informasi apa saja yang ingin diungkapkan dalam laporannya.

Definisi dari pengungkapan CSR itu sendiri menurut Harsanti (2011) adalah sebagai pengadaan informasi keuangan dan non-keuangan yang berhubungan dengan interaksi organisasi dan lingkungan sosial, yang dinyatakan dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial lainnya yang terpisah (Guthrie 1990). Sementara Murwaningsari (2009) mendefinisikan pengungkapan CSR sebagai suatu cara bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan bentuk akuntabilitasnya kepada para *stakeholder* melalui empat aspek pengungkapan, yaitu *social*, *ethical*, *environmental*, dan *sustainability*.

Menurut Peyser (2010), ada dua tipe pengungkapan, yaitu pengungkapan wajib (*mandatory*), dan pengungkapan sukarela (*voluntary*). Pengungkapan wajib yaitu meliputi kepatuhan hukum, sementara pengungkapan sukarela adalah keputusan dalam bisnis berdasarkan pada satu atau dua hal, yaitu yang pertama pihak yang berkepentingan lebih suka perusahaan untuk mengukur dan

melaporkan kegiatannya, atau yang kedua asumsi dari perusahaan atau pengalaman, atau keduanya adalah bahwa tingkat pengembalian atas investasi sudah terbukti, dan hal tersebut baik untuk suatu bisnis. Sementara, Anwar dkk (2009) menyatakan bahwa ada tiga alasan perusahaan mengungkapkan kinerja sosialnya secara sukarela (*voluntary*), yaitu:

1. *Internal decision making*, yaitu bahwa manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektifitas informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan.
2. *Product differentiation*, yaitu bahwa manajer perusahaan memiliki intensif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat.
3. *Enlightened self interest*, yaitu perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para *stakeholder* karena dianggap dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

Laan (2004) menyatakan, hal yang membedakan antara pengungkapan wajib (*mandatory*) dengan pengungkapan sukarela (*voluntary*) adalah dorongan untuk memberikan informasi. Dorongan untuk pengungkapan sukarela adalah dari manajemen, baik dalam tanggapan terhadap kesenjangan yang dirasakan atau ancaman bagi legitimasi. Tetapi untuk pengungkapan wajib, dorongan diperoleh dari kepatuhan hukum dan permintaan langsung dari *stakeholder* yang telah diidentifikasi.

Di Indonesia, pengungkapan CSR di atur oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). Selain itu, pengungkapan CSR juga terdapat dalam keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal (Bapepam) No. Kep38/PM/1996 peraturan No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan. Menurut Murwaningsari (2009), peraturan tersebut berisi mengenai kebebasan bagi perusahaan untuk memberikan penjelasan umum mengenai perusahaan, selama hal tersebut tidak menyesatkan dan bertentangan dengan informasi yang disajikan dalam bagian lainnya. Penjelasan umum tersebut dapat berisi uraian mengenai keterlibatan perusahaan dalam kegiatan pelayanan masyarakat, program kemasyarakatan, pengembangan sumber daya manusia, dan sebagainya. Dalam pelaksanaannya, pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan di Indonesia akan mendapatkan suatu penghargaan, yang disebut *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)*. Menurut Almilialia (2011), ISRA adalah penghargaan yang diberikan kepada perusahaan-perusahaan yang telah membuat pelaporan atas kegiatan yang menyangkut aspek lingkungan dan sosial disamping aspek ekonomi untuk memelihara keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan itu sendiri.

## **2.5 Penilaian Kinerja Lingkungan Perusahaan Melalui PROPER**

Di Indonesia, kinerja lingkungan perusahaan dapat diukur dengan menggunakan Program Penilaian Peringkat Kinerja Penataan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). PROPER mulai dikembangkan oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup sebagai salah satu alternatif instrumen penataan sejak tahun 1995. PROPER merupakan salah satu bentuk kebijakan pemerintah, untuk meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungan perusahaan sesuai dengan yang

telah ditetapkan dalam peraturan perundangan-undangan. Selanjutnya PROPER juga merupakan perwujudan transparansi dan demokratisasi dalam pengelolaan lingkungan di Indonesia.

Penilaian PROPER mengacu pada persyaratan penataan lingkungan yang ditetapkan dalam peraturan pemerintah terkait dengan pengendalian pencemaran air, pengendalian udara, pengelolaan limbah B3, AMDAL, dan pengendalian pencemaran laut. Tingkat penataan perusahaan dikategorikan “taat” apabila memenuhi atau menaati seluruh persyaratan dan ketentuan yang diwajibkan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hasil PROPER dipublikasikan secara terbuka kepada publik dan *stakeholder* lainnya. Dalam hal ini, peringkat hasil kinerja perusahaan dikelompokkan dalam lima peringkat warna. Lima peringkat warna yang digunakan mencakup peringkat hitam, merah, biru, hijau, dan emas. Peringkat emas dan hijau untuk perusahaan yang telah melakukan upaya lebih dari taat dan patut menjadi contoh, peringkat hijau bagi perusahaan yang telah taat, dan peringkat merah dan hitam bagi perusahaan yang belum taat.

## **2.6 Faktor-faktor Perusahaan Yang Berpengaruh Pada CSR Disclosure**

### **2.6.1 Profitabilitas**

Menurut Donovan dan Gibson (2000) dalam Sembiring (2005), dari sisi legitimasi, profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Hal tersebut didukung argumentasi 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 berita baik mengenai kinerja perusahaan.

Penelitian ilmiah terhadap hubungan profitabilitas dengan pengungkapan CSR memperlihatkan hasil yang beragam. Seperti penelitian yang dilakukan Sembiring (2005), Yulita (2010), menunjukkan bahwa hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR adalah tidak berpengaruh secara signifikan. Ini berarti besar kecilnya profitabilitas tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR perusahaan.

### **2.6.2 Ukuran Perusahaan (*Size*)**

Menurut Darwis (2009), ukuran perusahaan merupakan variabel yang digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini jika dikaitkan dengan teori agensi, maka perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut.

Sementara, Pahuja (2009) menyatakan, ada beberapa alasan untuk mengharapkan hubungan positif antara ukuran perusahaan dan tingkat pengungkapan CSR. Pertama yaitu, pengumpulan dan penyebaran informasi merupakan kegiatan yang berbiaya tinggi. Perusahaan kecil mungkin tidak memiliki sumber daya yang diperlukan untuk mengumpulkan sejumlah besar informasi dan menyebarkanluaskannya kepada publik. Kedua, pada perusahaan besar informasi tersebut biasanya dikumpulkan untuk pelaporan internal dan kemudian digunakan untuk pengambilan keputusan manajerial. Perusahaan sudah memiliki informasi tersebut, dan dapat dengan mudah melaporkan informasi yang relevan

kepada *stakeholder* eksternal juga. Ketiga yaitu perusahaan besar pada umumnya memiliki kewajiban lebih pada harapan masyarakat dan diperhatikan oleh pemerintah. Selain itu perusahaan besar biasanya mempunyai pemegang saham yang lebih banyak untuk memuaskannya dengan informasi. Perusahaan percaya bahwa pengungkapan informasi sosial akan membuat kepercayaan di antara *stakeholder* dan akan meminimalkan kritik publik dan tekanan dari pemerintah. Oleh karena itu perusahaan besar diharapkan untuk mengungkapkan informasi lebih mengenai CSR daripada perusahaan kecil.

### **2.6.3 Sensitifitas Industri**

Menurut Reverte (2009), dalam penelitian sebelumnya, industri, bersamaan dengan ukuran perusahaan adalah variabel paling umum untuk menjelaskan kadar dan luas pengungkapan sosial dan lingkungan. Hasil dari beberapa penelitian tersebut menunjukkan perusahaan dari industri manufaktur mempunyai pengaruh negatif pada pengungkapan lingkungan dan dalam luas pelaporan informasi dibandingkan perusahaan dari industri lainnya. Robert (1992) dalam Murni dan Hidayati (2009) mendefinisikan industri yang *high profile* sebagai industri yang memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, risiko politis yang tinggi, atau menghadapi persaingan tinggi.

### **2.6.4 Struktur Kepemilikan**

Struktur kepemilikan (*ownership structure*) merupakan komposisi modal antara hutang dan ekuitas. Termasuk juga proporsi antara kepemilikan saham *inside shareholders* dan *outside shareholders* (Haryono, 2005). Menurut Prencipe (2004) dalam Reverte (2009), perusahaan dengan banyak kepemilikan pada



umumnya diharapkan untuk mengungkapkan informasi lebih dari perusahaan dengan kepemilikan terkonsentrasi, hal ini untuk mengurangi asimetri informasi antara organisasi dan pemegang saham (*shareholders*). Perusahaan yang sahamnya secara luas dimiliki pemegang saham lebih menyukai untuk meningkatkan laporan keuangan mereka dengan menggunakan pengungkapan CSR dalam rangka untuk mengurangi asimetri informasi. Sebaliknya, perusahaan dengan struktur kepemilikan terkonsentrasi kurang termotivasi untuk mengungkapkan informasi tambahan mengenai CSR, selama pemegang saham perusahaan dapat memperoleh informasi langsung dari perusahaan.

#### **2.6.5 Leverage**

Menurut Prastiti dan Utami (2011), rasio *leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan.

*Leverage* menggambarkan sejauh mana modal pemilik dapat menutupi hutang kepada pihak di luar perusahaan. Semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak hutang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Agar laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial. Sembiring (2005) menyatakan, sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan para *debtholders*.

## 2.7 Penelitian Sebelumnya

Darwis (2007) meneliti mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *financial leverage* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan *high profile* di BEI. Perusahaan *high profile* yang dimaksud dalam penelitiannya adalah perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat risiko politik yang tinggi atau kompetisi yang ketat. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Sementara profitabilitas perusahaan memiliki hubungan yang negatif tetapi tidak signifikan, sedangkan *financial leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

Utami dan Prastiti (2011) melakukan penelitian mengenai hubungan antara karakteristik perusahaan dengan *social disclosure*. Karakteristik perusahaan dalam penelitian ini dapat dilihat dari *net profit margin*, *size*, umur perusahaan, *leverage*, dan kepemilikan manajemen. Sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Darwis (2007), populasi yang diteliti pada penelitian ini adalah perusahaan *high profile*, dalam hal ini yang bergerak dalam industri agribisnis, pertambangan, industri dasar kimia, otomotif dan komponen, barang konsumsi dan telekomunikasi yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian ini menemukan bahwa variabel *net profit margin* dan *size* terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *social disclosure*. Sebaliknya, variabel umur perusahaan, *leverage*, kepemilikan manajemen terbukti tidak berpengaruh terhadap *social disclosure*.

Sembiring (2005), juga meneliti mengenai karakteristik perusahaan dan pengungkapan CSR perusahaan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris, dan *leverage*. Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta (BEJ). Dari 323 perusahaan yang tercatat di BEJ, sebanyak 78 perusahaan dipilih menjadi sampel dengan menggunakan metode *stratified random sampling*. *Checklist* dilakukan dengan melihat pengungkapan CSR perusahaan dalam tujuh kategori, yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa *size* perusahaan, *profile*, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Sedangkan profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Haron *et. al.*, (2008) melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan di Malaysia. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar pada *Kuala Lumpur Stock Exchange* (KLSE). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tipe industri yang dibedakan menjadi industri *high profile* dan *low profile*, *size* perusahaan, dan *leverage*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tipe industri, *size* perusahaan, dan *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Anggraini (2006), juga melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Populasi penelitian ini adalah seluruh

perusahaan yang go publik di Bursa Efek Jakarta. Sampel dipilih dengan metode *purposive sampling*. Sementara variabel penelitian yang diuji adalah prosentase kepemilikan manajemen, tingkat *leverage*, profitabilitas, biaya politis yang diproksi dengan ukuran perusahaan dan tipe industri. Hasil dari penelitian ini adalah hanya variabel prosentase kepemilikan manajemen dan tipe industri yang berpengaruh signifikan terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan kegiatan CSR.

## 2.8 Hipotesis

- H<sub>1</sub> : *Size* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
- H<sub>2</sub> : Sensitivitas industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
- H<sub>3</sub> : Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR
- H<sub>4</sub> : Struktur kepemilikan perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR
- H<sub>5</sub> : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR

## 2.9 Model Analisis

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linier berganda untuk menguji apakah *size* perusahaan, struktur kepemilikan, sensitivitas industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR serta apakah profitabilitas, dan *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Persamaannya adalah sebagai berikut:

$$CSRI_{it} = \alpha + \beta_1 SIZE_{it} + \beta_2 IND_{it} + \beta_3 ROA_{it-1} + \beta_4 OWNER_{it} + \beta_5 LEV_{it-1} + e$$

Keterangan :

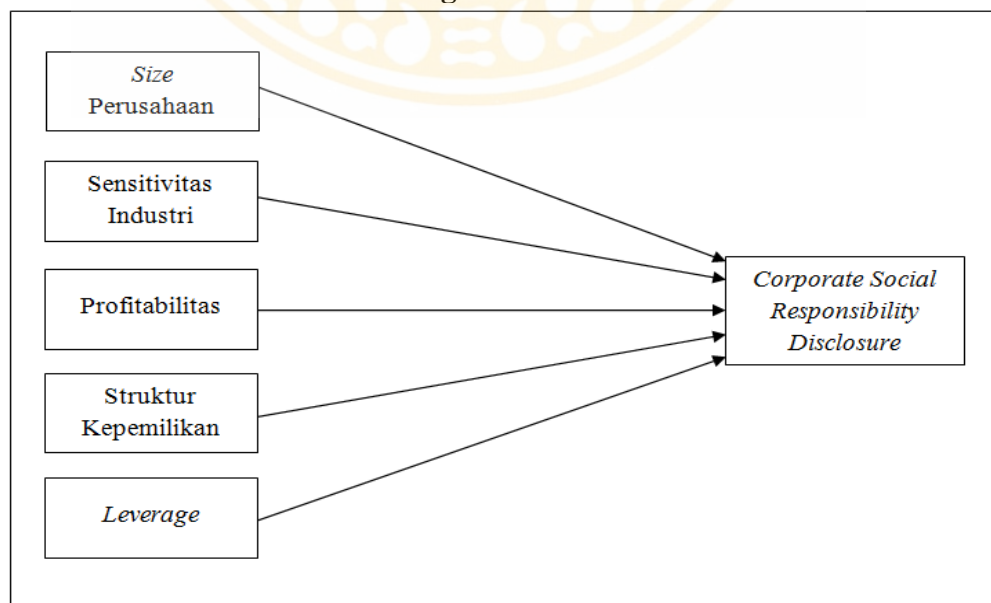
CSRI : Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial

- $\alpha$  : Konstanta persamaan regresi
- SIZE : Ukuran perusahaan dengan proksi total aset
- IND : Sensitifitas industri
- ROA : *Return on Assets* sebagai proksi profitabilitas
- OWNER : Struktur kepemilikan
- LEV : *Leverage* dengan proksi *Debt to Equity Ratio*
- $\beta_1, \dots, \beta_5$  : Koefisien regresi linear berganda
- e : *Error*

## 2.10 Kerangka Berfikir

Berdasarkan analisis dalam tinjauan pustaka serta beberapa penelitian terdahulu, peneliti mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan antara lain *size*, profitabilitas, *leverage*, struktur kepemilikan, dan sensitifitas industri. Untuk membantu memahami faktor-faktor tersebut, maka dibuat suatu kerangka pemikiran seperti gambar berikut ini:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir Penelitian**



## BAB 3

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Dalam pelaksanaan penelitian, pendekatan kuantitatif menitikberatkan pada pengujian hipotesis, data yang digunakan harus terukur, menggunakan analisis inferensial dan dalam penelitian ini data yang digunakan untuk menguji hipotesis merupakan data sekunder, kemudian diolah dengan analisis statistik yang akan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan.

#### 3.2 Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen.

##### 3.2.1 Variabel Dependen

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Penelitian ini menggunakan variabel *Corporate Social Responsibility Disclosure* sebagai variabel independen.

##### 3.2.2 Variabel Independen

Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *size*, profitabilitas, sensitivitas industri, struktur kepemilikan, dan *leverage*.

### 3.3 Definisi Operasional Variabel

#### 3.3.1 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah indeks pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan. Variabel pengungkapan CSR diukur dengan pengamatan mengenai ada atau tidaknya suatu *item* informasi yang ditentukan dalam laporan tahunan dengan menggunakan *checklist* dalam tujuh kategori dalam suatu pengungkapan, yaitu: lingkungan, energi, kesehatan, dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Kategori ini diadopsi oleh Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005) yang terbagi menjadi 90 *item* pengungkapan. Dari penelitian yang dilakukan Sembiring (2005), Berdasarkan peraturan Bapepam No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian *item* tersebut untuk diaplikasikan di Indonesia, maka penyesuaian kemudian dilakukan. Dua belas *item* dihapuskan karena kurang sesuai untuk diterapkan di Indonesia sehingga total tersisa 78 *item* pengungkapan. 78 *item* tersebut kemudian disesuaikan kembali dengan masing-masing industri sehingga pengungkapan yang diharapkan dari setiap sektor berbeda-beda, seperti yang dapat dilihat pada tabel 3.1.

$$CSRI = \frac{\sum d_i}{n_j} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan:

CSRI : Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial

$d_i$  : *Item* CSR dengan kode 1 jika diungkapkan, 0 jika tidak diungkapkan

$n_j$  : Jumlah *item* informasi CSR perusahaan, yaitu antara 63-78 jumlah *item* pengungkapan

**Tabel 3.1**  
**Jumlah *Item* Masing-Masing Sektor Industri**

No.	Tipe Industri	Total Item Diharapkan diungkapkan
1.	Agriculture Forestry and Fishing	73
2.	Animal Feed and Husbandry	73
3.	Mining and Mining service	78
4.	Construction	71
5.	Manufacturing	78
6.	Transportation Service	73
7.	Communication	64
8.	Whole Sale and Retail Trade	67
9.	Real estate	63
10.	Hotel And Travel Service	67
11.	Holding and Other Investment	78
12.	Others	78

Sumber: Sembiring (2005)

### 3.3.2 Variabel Independen

#### 3.3.2.1 Profitabilitas

Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return on Asset* (ROA). ROA merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan aktiva untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total. ROA merupakan ukuran efektifitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Dalam penelitian ini, ROA diukur dengan rasio, yaitu:



$$ROA = \frac{Net\ Income}{Total\ Asset} \dots\dots\dots(3.2)$$

### 3.3.2.2 Sensitivitas Industri

Pada penelitian ini, pengelompokkan industri sensitif dan kurang sensitif berdasarkan pada kriteria penelitian yang dilakukan oleh Reverte (2009). Industri yang lebih sensitif adalah industri yang akan banyak mendapat sorotan dan kritik karena aktivitas perusahaan yang mempunyai tingkat risiko tinggi terhadap dampak lingkungan. Sektor yang diidentifikasi lebih sensitif adalah pertambangan, minyak dan gas, bahan kimia, perhutanan, baja dan logam lainnya, distribusi gas, dan air. Sektor lainnya dianggap kurang sensitif. Variabel satu atau nol digunakan untuk menunjukkan perusahaan berada di sektor yang ditetapkan. Satu jika perusahaan dari sektor industri yang lebih sensitif, nol jika perusahaan dari sektor industri yang kurang sensitif.

### 3.3.2.3 Size perusahaan

*Size* perusahaan merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. dalam penelitian ini *Size* perusahaan diukur dengan natural logaritma dari total aset perusahaan.

### 3.3.2.4 Struktur Kepemilikan

Variabel ini diukur dari data mengenai kepemilikan saham yang signifikan dari laporan tahunan tahun 2009-2011 pada sampel perusahaan. Jadi, jika perusahaan mempunyai kepemilikan saham mayoritas diberi nilai satu, dan jika tidak diberi nilai nol (Reverte, 2009).

### 3.3.2.5 *Leverage*

*Leverage* dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang. Variabel ini diukur dengan melihat rasio hutang terhadap ekuitas perusahaan. Rasio ini dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}} \dots\dots\dots(3.3)$$

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif. sumber data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan non keuangan yang telah *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2009-2011 yang terdapat dalam website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) yang diperoleh dari *Indonesia Capital Market Directory* (ICMD) serta website dari perusahaan terkait. Periode tiga tahun dipilih karena merupakan data terbaru agar bisa memperoleh hasil yang terkini dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR.

### 3.5 Prosedur Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan seluruh data sekunder. Dalam penggunaan data sekunder pengambilan data terbatas pada laporan-laporan, arsip-arsip, dan dokumen-dokumen yang dipublikasikan perusahaan *go public* yang terdaftar di BEI.

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, penulis melakukan:

a. Survey pendahuluan

Penulis melakukan pencarian atau pengumpulan informasi terkait dengan masalah yang akan dibahas serta alternatif pemecahannya untuk memperoleh gambaran mengenai permasalahan dan menentukan faktor-faktor terkait yang dapat digunakan dalam penelitian ini.

b. Survey kepustakaan

Untuk memahami permasalahan yang diteliti, dan sebagai dasar untuk memecahkan masalah yang dihadapi, maka penulis melakukan survey kepustakaan dengan mengumpulkan data dan mempelajari jurnal-jurnal, buku pustaka, artikel, literatur-literatur dan bahan-bahan lain yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan dan diperlukan sebagai landasan teori.

c. Pengumpulan data

Pendokumentasian melalui *browsing* pada media internet untuk menunjang data yang dikumpulkan penulis, yang akan diseleksi dan diolah dalam penelitian.

### 3.6 Prosedur Pengumpulan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan *go public* yang telah terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2009-2011. Metode yang digunakan untuk menentukan sampel adalah *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel berdasarkan pada batasan-batasan tertentu. Batasan-batasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Perusahaan yang diteliti adalah perusahaan yang telah *go public* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yaitu tahun 2009 sampai akhir penelitian tahun 2011 masih tercatat di Bursa Efek Indonesia.
2. Perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan lengkap. Termasuk laporan keuangan dan pengungkapan sosial dan tersedia untuk publik secara terus menerus selama periode penelitian 2009-2011.

### 3.7 Teknik Analisis

Setelah mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, selanjutnya akan dilakukan serangkaian tahapan untuk menghitung dan mengolah data-data tersebut. Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam menganalisis data untuk membuktikan hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Menghitung indeks CSR dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR yang diprosikan dalam *size* perusahaan, sensitifitas industri, profitabilitas, struktur kepemilikan, dan *leverage*.
2. Melakukan analisis deskriptif agar dapat memberikan gambaran tentang jumlah data, nilai maksimum, minimum, *mean*, dan standar deviasi dari perusahaan sampel yang diteliti.
3. Merancang model berdasarkan studi teoritis dan studi empiris. Model tersebut dituangkan dalam persamaan sebagai berikut:

$$CSRI_{it} = \alpha + \beta_1 SIZE_{it} + \beta_2 IND_{it} + \beta_3 ROA_{it-1} + \beta_4 OWNER_{it} + \beta_5 LEV_{it-1} + e$$

4. Melakukan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan *software* SPSS 17.0 *for windows*.

5. Melakukan uji t untuk mengetahui pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel tergantung, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menentukan hipotesis statistik.

$H_0$  :  $\beta_1 \geq 0$ , profitabilitas tidak berpegaruh negatif terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

$H_1$  :  $\beta_1 < 0$ , profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

$H_0$  :  $\beta_2 \leq 0$ , *size* perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

$H_1$  :  $\beta_2 > 0$ , *size* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

$H_0$  :  $\beta_3 \geq 0$ , *leverage* tidak berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

$H_1$  :  $\beta_3 < 0$ , *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

$H_0$  :  $\beta_4 \geq 0$ , struktur kepemilikan tidak berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

$H_1$  :  $\beta_4 < 0$ , struktur kepemilikan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

$H_0$  :  $\beta_5 \leq 0$ , sensitivitas perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

$H_1$  :  $\beta_5 > 0$ , sensitivitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

b. Menentukan *level of significance*

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah  $\alpha = 5\%$ .

c. Menguji kriteria pengujian

1. jika *probability value*  $> 0,05$  maka  $H_0$  tidak ditolak, atau artinya profitabilitas, *size* perusahaan, *leverage*, struktur kepemilikan, dan sensitivitas industri tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan.
  2. jika *probability value*  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, atau artinya profitabilitas, *size* perusahaan, *leverage*, struktur kepemilikan, dan sensitivitas industri berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan.
6. Melakukan uji F untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:
- a. Dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, maka kriteria pengujian yaitu:
    1. Bila nilai signifikansi  $f < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Apabila nilai signifikansi  $f > 0,05$  maka  $H_0$  diterima, artinya kelima variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

7. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

Nilai  $R^2$  digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

8. Menguji gejala penyimpangan asumsi model klasik

Sebelum model regresi digunakan dalam pengujian hipotesis, terlebih dahulu model tersebut akan diuji apakah model tersebut memenuhi asumsi klasik atau tidak. Asumsi klasik adalah asumsi dasar yang harus dipenuhi dalam model regresi. Pengujian asumsi klasik ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa model yang diperoleh benar-benar memenuhi asumsi dasar dalam analisis regresi yang meliputi asumsi : tidak terjadi autokorelasi, tidak terjadi heteroskedastisitas dan tidak terjadi multikolinearitas. Setelah data dikumpulkan, sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik, dengan tahapan sebagai berikut :

a. Uji Asumsi Normalitas

Sebelum dilakukan analisis terhadap hasil regresi, perlu dilakukan pengujian terhadap kenormalan data dari penelitian yang dilakukan. Uji asumsi normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Seperti yang diketahui bahwa uji t mengasumsi bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan cara :

a. Analisis Grafik

Dimana uji grafik dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Pengujian asumsi ini dilakukan melalui pengamatan terhadap *Normal Probability Plot of Regression Standardize Residual*. Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan. Oleh sebab itu, dianjurkan dengan uji statistik.

b. Uji Statistik

Uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan melihat nilai kurtosis dan skewness dari residual dan uji statistik non-parametrik *kolmogorov-smirnov* (K-S). Nilai signifikansi dari residual yang



terdistribusi secara normal jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) dalam uji *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* lebih besar dari 0,05.

b. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara independen. Gejala multikolinearitas yang cukup tinggi menyebabkan *standard error* dari koefisien regresi masing-masing variabel bebas menjadi sangat tinggi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam regresi, yaitu :

- a. Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- b. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas.
- c. Menggunakan *tolerance value* dan lawannya, *Variation Onflation Factor* (VIF).

Besarnya VIF dapat dirumuskan :

$$VIF = \frac{1}{\text{Tolerance}}$$

Jika *tolerance value* < 0,10 dan VIF > 10, maka terdapat korelasi yang terlalu besar diantara salah satu variabel bebas dengan

variabel-variabel bebas yang lain atau terjadi multikolinearitas dan jika nilai *tolerance value*  $> 0,10$  dan  $VIF < 10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas.

c. Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t_1$  (sebelumnya). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Autokorelasi dapat muncul karena observasi yang berurutan satu sama lain sepanjang waktu. Untuk mendeteksi gejala autokorelasi dapat dilakukan uji Durbin Watson (DW) sebagai berikut:

1. Besaran DW dibawah  $-2$  berarti terdapat autokorelasi positif.
2. Besaran DW diantara  $-2$  sampai  $+2$  berarti tidak terdapat autokorelasi.
3. Besaran DW diatas  $+2$  berarti terdapat autokorelasi negatif.

d. Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik tidak

terjadi heteroskedastisitas. Dalam pengujian ini, apabila hasil pengolahan data yaitu tingkat probabilitas signifikansi variabel independen  $< 0,05$  maka dapat dikatakan mengandung heteroskedastisitas. Hal ini dapat dideteksi dengan melihat *scatterplot* antara nilai taksiran Y dengan nilai residual dimana plot residual versus nilai prediksinya menyebar.

Analisis pada gambar *scatterplot* yang menyatakan model analisis berganda tidak terdapat heteroskedastisitas jika :

1. Tidak membentuk pola-pola tertentu, seperti titik-titik data tidak membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit).
  2. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0.
  3. Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas dan dibawah saja.
9. Melakukan interpretasi atas hasil uji statistik yang telah dilakukan.

## BAB 4

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Obyek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode 2009-2011 dengan memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Dari jumlah perusahaan non keuangan yang ada, terdapat 41 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel yang ditetapkan. Periode penelitian ini adalah tahun 2009-2011, sehingga jumlah laporan tahunan yang diobservasi berjumlah 123 laporan tahunan (41 perusahaan dalam 3 tahun).

**Tabel 4.1**  
**Jumlah Sampel Penelitian**

Keterangan	Jumlah
Jumlah perusahaan non keuangan yang melaporkan laporan tahunan di BEI pada tahun 2009	151
Jumlah perusahaan dengan laporan tahunan yang tidak sesuai dengan kriteria sampel	(110)
Jumlah sampel yang sesuai dengan kriteria	41

Sumber: data diolah

#### 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Jumlah perusahaan non keuangan yang melaporkan laporannya di BEI pada periode tahun 2009-2011 adalah sebanyak 151 perusahaan. Dari jumlah perusahaan tersebut, yang memenuhi kriteria sampel sebanyak 41 perusahaan, dan didapat 123 (41 x 3) observasi.

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik dari masing-masing variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti yaitu *corporate social responsibility index*, *return on asset* sebagai proksi profitabilitas, *leverage*, struktur kepemilikan, dan sensitifitas industri seperti yang disajikan berikut ini.

**Tabel 4.2**  
**Analisis Deskriptif Variabel Penelitian**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSRI	123	.149254	.474360	.29794120	.072791539
ROA	123	.00002	.50791	.0828700	.07589412
SIZE	123	10.86230	19.45261	14.9177707	1.70442476
LEV	123	.0655204	5.5040195	1.290263802	.9176669398
OWNER	123	0	1	.58	.496
IND	123	0	1	.30	.460
Valid N (listwise)	123				

Sumber: Hasil olahan spss

#### 4.2.1 *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)*

Indeks CSR (*corporate social responsibility index*) merupakan variabel tergantung dalam penelitian ini. Indeks CSR diukur dengan metode *checklist*, yaitu memasukkan kode 1 dan 0 pada 78 *item* pengungkapan yang ada. Kode 1 untuk *item* yang diungkapkan perusahaan pada laporan tahunannya, dan kode 0 untuk *item* yang tidak diungkapkan. Pada Tabel 4.2 diketahui rata-rata indeks CSR adalah 0,29794 dengan standar deviasi 0,07279. Indeks CSR terendah sebesar 0,15 dimiliki oleh PT. Hero Supermarket Tbk, dan indeks CSR tertinggi sebesar 0,47 dimiliki oleh PT Timah (Persero) Tbk.

#### 4.2.2 Profitabilitas (ROA)

Pada penelitian ini variabel profitabilitas diukur dengan ROA, yaitu perbandingan antara *net income* dengan *total asset* suatu perusahaan. Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui rata-rata ROA sebesar 0,0829. Hal ini berarti perusahaan sampel rata-rata mampu menghasilkan laba bersih hingga 8,29% dari total aset yang dimiliki perusahaan. Sementara ROA terendah sebesar 0,00002 dimiliki oleh PT. Mitra Investindo Tbk. Sedangkan ROA tertinggi sebesar 0,50791 dimiliki oleh PT. Matahari Putra Prima Tbk.

#### 4.2.3 Ukuran Perusahaan (SIZE)

*Size* perusahaan adalah ukuran yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Pada penelitian ini *size* perusahaan diukur dari *total asset* yang dimiliki perusahaan. Karena data *total asset* dari sampel perusahaan memiliki variasi yang sangat besar (standar deviasi yang tinggi), maka sebagaimana pada penelitian terdahulu, variabel ukuran perusahaan diukur dengan *natural logarithm of total asset*. Tabel 4.2 menunjukkan bahwa rata-rata Ln *size* perusahaan sampel sebesar 14,91777 dengan nilai standar deviasi sebesar 1,70442. Ln *Size* perusahaan tertinggi sebesar 19,453 dimiliki oleh PT Unggul Indah Cahaya Tbk, sedangkan nilai terendah sebesar 10,862 dimiliki oleh PT. Indosat Tbk. Aset yang semakin besar menunjukkan lebih banyaknya sumber-sumber aset yang dimiliki perusahaan, sehingga dimungkinkan akan menambah sumber-sumber pengungkapan yang dapat diberikan perusahaan.

#### 4.2.4 *Leverage (LEV)*

Variabel *leverage* pada penelitian ini diukur dengan perbandingan antara total hutang dengan total ekuitas perusahaan. Berdasarkan Tabel 4.2 nilai rata-rata *leverage* perusahaan sampel sebesar 1,2903 dengan standar deviasi sebesar 0,91767. Nilai *leverage* terendah sebesar 0,0655 dimiliki oleh perusahaan PT. Ciputra Property Tbk, sedangkan nilai *leverage* tertinggi sebesar 5,50401 dimiliki oleh PT. Mitra Investindo Tbk.

#### 4.2.5 Struktur Kepemilikan (OWNER)

Variabel struktur kepemilikan perusahaan diukur dengan melihat persentase kepemilikan saham pada perusahaan sampel. Pemegang saham mayoritas (lebih dari 50% kepemilikan saham) pada suatu perusahaan diberi kode 1, sedangkan jika tidak ada kepemilikan saham mayoritas pada suatu perusahaan diberi kode 0.

**Tabel 4.3**  
**Analisis Deskriptif-Owner**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	52	42.3	42.3	42.3
1	71	57.7	57.7	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Sumber: Hasil olahan spss

Dari Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa frekuensi perusahaan dengan kepemilikan saham mayoritas berjumlah 71 observasi dengan persentase sebesar 57,7%, sedangkan perusahaan yang tidak mempunyai kepemilikan mayoritas berjumlah 52 observasi dengan persentase sebesar 42,3%.

#### 4.2.6 Sensitifitas Industri (IND)

Pada variabel sensitifitas industri, pengukurannya dengan cara melihat tipe industri dari perusahaan sampel. Untuk sektor industri yang sensitif, yaitu perusahaan yang mendapat sorotan dan kritik karena aktivitasnya yang mempunyai tingkat risiko tinggi terhadap lingkungan diberi kode 1, sedangkan sektor industri perusahaan sampel yang dinilai kurang sensitif diberi kode 0. Klasifikasi sektor industri yang termasuk sensitif dan kurang sensitif terdapat pada bab 3 penelitian ini.

**Tabel 4.4**  
**Analisis Deskriptif-Ind**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	86	69.9	69.9	69.9
1	37	30.1	30.1	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Sumber: Hasil olahan spss

Dari Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa untuk sektor industri yang kurang sensitif sebanyak 86 observasi dengan persentase sebesar 69,9%, sedangkan untuk sektor industri yang sensitif sebanyak 37 observasi dengan persentase sebesar 30,1%.

### 4.3 Analisis Model dan Pengujian Hipotesis

#### 4.3.1 Model Regresi

Analisis linier berganda digunakan untuk mendapatkan koefisien regresi yang akan menentukan apakah hipotesis yang dibuat akan diterima atau ditolak. Model regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah untuk menguji



pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, sensitifitas industri, struktur kepemilikan dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan. ringkasan hasil analisis regresi dengan menggunakan program SPSS dapat dilihat pada Tabel 4.5 dibawah ini.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Analisis regresi**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.007	.050		.143	.886
ROA	-.026	.085	-.027	-.305	.761
SIZE	.017	.003	.396	5.073	.000
LEV	.006	.007	.075	.855	.394
OWNER	.037	.012	.250	3.008	.003
IND	.038	.012	.242	3.106	.002

a. Dependent Variable: CSRI

Sumber: Hasil Olahan SPSS

Dari hasil pengujian di atas maka diperoleh suatu persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$CSRI = 0,007 - 0,026 ROA + 0,017 SIZE + 0,006 LEV + 0,037 OWNER + 0,038$$

IND

Interpretasi terhadap hasil analisis regresi linier berganda pada persamaan diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 0,007 berarti apabila ROA, SIZE, LEV, OWNER, dan IND konstan atau tidak berubah, maka diprediksi CSRI akan mengalami peningkatan sebesar 0,007.

2. Nilai koefisien regresi variabel ROA sebesar  $-0,026$  artinya jika ROA naik satu persen maka CSRI mengalami penurunan sebesar  $-0,026$ , dengan asumsi SIZE, LEV, OWNER, dan IND tidak berubah.
3. Nilai koefisien regresi variabel SIZE sebesar  $0,017$  artinya jika SIZE naik satu persen, maka CSRI akan naik sebesar  $0,017$ , dengan asumsi ROA, LEV, OWNER, dan IND tidak berubah.
4. Nilai koefisien regresi variabel LEV sebesar  $0,006$  artinya jika LEV naik satu persen, maka CSRI akan naik sebesar  $0,006$ , dengan asumsi ROA, SIZE, OWNER, dan IND tidak berubah.
5. Nilai koefisien OWNER sebesar  $0,037$  artinya jika OWNER naik satu persen, maka CSRI akan naik sebesar  $0,037$ , dengan asumsi ROA, SIZE, LEV, dan IND tidak berubah.
6. Nilai koefisien IND sebesar  $0,038$  artinya jika IND naik satu persen, maka CSRI akan naik sebesar  $0,038$ , dengan asumsi ROA, SIZE, LEV, dan OWNER tidak berubah.

#### **4.3.2 Pengujian Hipotesis**

Setelah diketahui persamaan hasil regresi antara variabel indeks CSR, *size* perusahaan, sensitifitas industri, profitabilitas, struktur kepemilikan, dan *leverage* maka dapat dilakukan pengujian hipotesis. Berikut ini adalah pengujian hipotesis pengaruh variabel secara parsial.

##### **4.3.2.1 Uji t-statistik**

Uji t digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan untuk

mendeteksi lebih lanjut manakah diantara kelima variabel independen yang berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan.

Variabel ROA pada Tabel 4.5 memiliki  $\beta_1$  sebesar -0,026 dan nilai signifikansi sebesar 0,761. Nilai signifikansi tersebut lebih dari 0,05 ( $\alpha = 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas yang diproksikan oleh ROA tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

Variabel SIZE pada Tabel 4.5 memiliki  $\beta_2$  sebesar 0,017 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut kurang dari 0,05 ( $\alpha = 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *size* perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

Variabel LEV pada Tabel 4.5 memiliki  $\beta_3$  sebesar 0,006 dan nilai signifikansi sebesar 0,394. Nilai signifikansi tersebut lebih dari 0,05 ( $\alpha = 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

Variabel OWNER pada Tabel 4.5 memiliki  $\beta_4$  sebesar 0,037 dan nilai signifikansi 0,003. Nilai signifikansi tersebut kurang dari 0,05 ( $\alpha = 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa variabel struktur kepemilikan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

Variabel IND pada Tabel 4.5 memiliki  $\beta_5$  sebesar 0,038 dan nilai signifikansi sebesar 0,002. Nilai signifikansi tersebut kurang dari 0,05 ( $\alpha = 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa variabel sensitifitas industri berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

#### 4.3.2.2 Uji Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis simultan digunakan untuk melihat apakah secara keseluruhan variabel independen mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel dependen. Dari hasil pengujian dengan nilai F diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.229	5	.046	12.841	.000 <sup>a</sup>
	Residual	.417	117	.004		
	Total	.646	122			

a. Predictors: (Constant), IND, OWNER, SIZE, LEV, ROA

b. Dependent Variable: CSRI

Sumber : Data yang diolah

Pada Tabel 4.6 dapat dilihat bahwa nilai Sig sebesar 0,000 yang masih lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama indeks CSR dapat dijelaskan oleh sensitifitas industri, struktur kepemilikan, *size* perusahaan, *leverage*, dan ROA sebagai proksi profitabilitas.

#### 4.3.2.3 Koefisien Determinasi

Dalam uji regresi linier berganda dianalisis pula besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) secara keseluruhan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen secara serempak didalam menjelaskan variabel dependen. Hasil pengujian menunjukkan  $R^2$  sebesar 0,354 atau 35,4%. Maka dapat dikatakan bahwa perubahan pengungkapan CSR yang disebabkan oleh adanya *size* perusahaan, sensitifitas industri, profitabilitas, struktur kepemilikan, dan *leverage*

adalah sebesar 35,4% sedangkan sisanya sebesar 0,646 atau 64,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian.

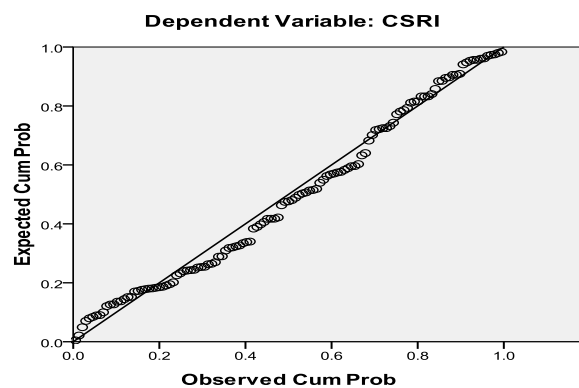
### 4.3.3 Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang kemudian disebut dengan asumsi klasik. Uji asumsi yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

#### 4.3.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi datanya normal atau mendekati normal. Uji normalitas yang dipergunakan adalah metode analisis grafik dimana asumsi normalitas terpenuhi jika titik-titik pada grafik mendekati sumbu diagonal. Berikut adalah gambar normalitas data setelah dilakukan outlier:

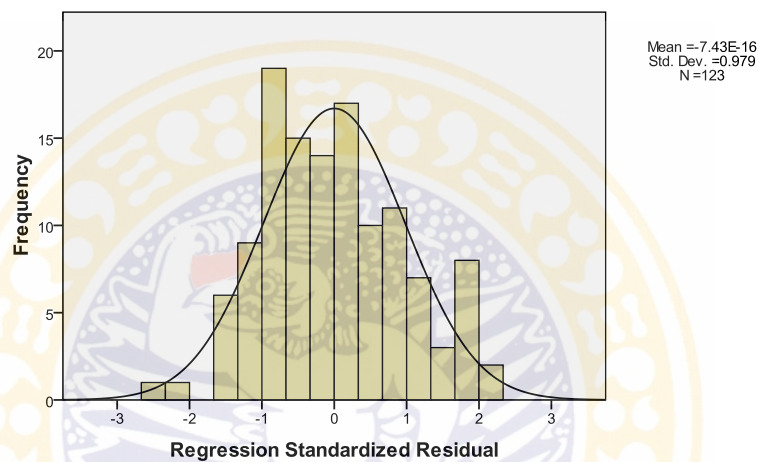
**Gambar 4.1**  
**Normal Probability Plot**  
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: hasil olahan SPSS

Gambar 4.1 menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik telah mendekati atau hampir berhimpit dengan sumbu diagonal atau membentuk 45 derajat dengan garis mendatar. Interpretasinya adalah bahwa nilai residual pada model penelitian telah terdistribusi secara normal.

**Gambar 4.2**  
**Histogram**  
Dependent Variable: CSRI



Sumber: Hasil olahan SPSS

Berdasarkan pada histogram, dapat dilihat bahwa residual terdistribusi normal, dilihat dari *skewness* (kemencengan) yang tidak ke kiri maupun ke kanan.

Untuk memperkuat hasil pengujian dapat mempergunakan uji Kolmogorov-Smirnov seperti pada Tabel 4.7.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov**

		Standardized Residual
N		123
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.97929382
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.078
	Negative	-.044
Kolmogorov-Smirnov Z		.865
Asymp. Sig. (2-tailed)		.443

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Olahan SPSS

Berdasarkan pada Tabel 4.7 diketahui bahwa nilai signifikansi untuk uji Kolmogorov-Smirnov adalah 0,443, hal ini berarti lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan bahwa nilai residual telah terdistribusi secara normal. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

#### 4.3.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dengan membandingkan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance* < 0,10 atau nilai VIF > 10. Hasil pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini ditunjukkan dalam Tabel 4.8 berikut ini:

**Tabel 4.8**  
**Uji Multikolinearitas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	ROA	.710	1.409
	SIZE	.904	1.106
	LEV	.717	1.394
	OWNER	.799	1.251
	IND	.908	1.101

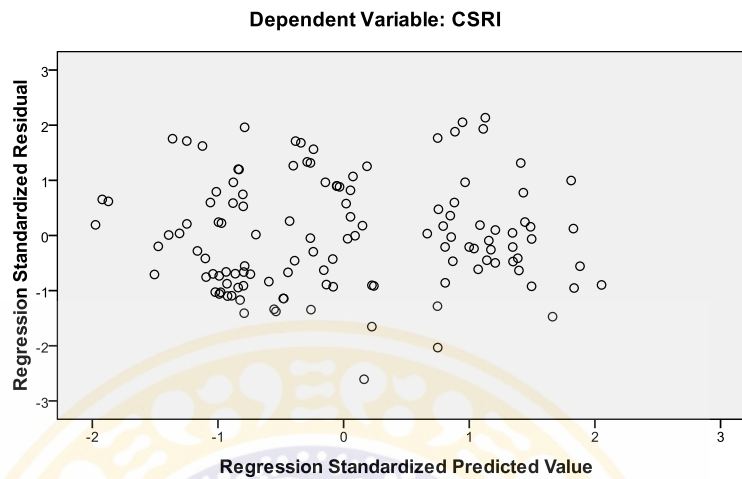
Sumber: Hasil olahan SPSS

Berdasarkan pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel bebas kurang dari 10. Pada tabel tersebut variabel bebas juga tidak memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10 (10%). Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

#### 4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian tetap maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan diagram *scatterplot*. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.3 berikut ini:



**Gambar 4.3****Diagram *Scatterplot***

Dari diagram *scatterplot* diatas, dapat diketahui bahwa titik data menyebar secara acak serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas dan di bawah saja, dan titik-titik menyebar tidak membentuk pola yang khas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terjadi gejala homokedastisitas atau tidak terjadi hubungan antara variabel pengganggu dengan variabel bebas. Jadi, pada pengujian regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

**4.3.3.4 Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (periode sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Regresi yang bebas dari autokorelasi dengan menggunakan *Durbin-Watson test*.

**Tabel 4.9**  
**Uji Durbin-Watson**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.595 <sup>a</sup>	.354	.327	.059727757	1.233

a. Predictors: (Constant), IND, OWNER, SIZE, LEV, ROA

b. Dependent Variable: CSRI

Sumber: Hasil olahan SPSS

Dari Tabel 4.9 diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,233. Nilai ini berada diantara -2 dan 2, maka dapat disimpulkan bahwa di dalam model regresi tidak terdapat gejala autokorelasi.

#### 4.4 Pembahasan

Penelitian ini menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, yaitu *size* perusahaan, sensitifitas industri, profitabilitas, struktur kepemilikan, dan *leverage*.

Teori agensi menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Maka, menurut Sembiring (2005) untuk mengurangi biaya keagenan, perusahaan cenderung untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas. Selain itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya-biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial.

Berdasarkan hasil pengujian pada penelitian ini, diketahui bahwa *size* perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan artinya bahwa perusahaan besar yang dinilai dengan tingkat total asetnya akan mengungkapkan lebih banyak laporan kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan. Hasil dalam penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh

Darwis (2007), Utami dan Prastiti (2011), dan Sembiring (2005) yang berhasil membuktikan pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

Dalam penelitian ini, tipe industri dibagi menjadi dua tipe, yaitu tipe industri yang sensitif dan yang kurang sensitif. Tipe industri yang sensitif dimaksudkan bahwa aktivitas perusahaan pada sektor industri ini mempunyai tingkat risiko yang tinggi terhadap dampak lingkungan.

Berdasarkan hasil pengujian penelitian ini, diketahui bahwa sensitifitas industri berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Hal ini berarti bahwa perusahaan dengan tipe industri yang sensitif akan lebih banyak mengungkapkan aktivitas CSR pada laporan tahunannya dibandingkan dengan tipe industri yang kurang sensitif. Hasil ini dikarenakan adanya Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 pada pasal 74, yang intinya menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dan jika tidak melaksanakannya akan dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Selain Undang-Undang PT No. 40 tahun 2007 ada juga Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi No. 22 tahun 2001 yang khusus bagi perusahaan yang kegiatan operasionalnya mengelola sumber daya alam dalam hal ini minyak dan gas bumi. Hasil ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), dan Anggraini (2006) yang berhasil membuktikan pengaruh tipe industri terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR perusahaan, digunakan rasio *return on assets* (ROA). Rasio ROA dapat menilai apakah perusahaan telah efisien dalam memanfaatkan aktivasnya dalam kegiatan operasional perusahaan. ROA juga dianggap memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan.

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel profitabilitas yang diukur dengan ROA, diketahui bahwa profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti bahwa perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi belum tentu lebih sedikit mengungkapkan laporan CSR pada laporan tahunan perusahaannya. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, perusahaan berharap para pengguna laporan akan membaca *good news* kinerja perusahaan. *Good news* ini dapat berupa aktivitas-aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Hasil ini didukung argumentasi bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Darwis (2007), dan Anggraini (2006) yang menemukan pengaruh profitabilitas yang tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

Pada variabel struktur kepemilikan pengukurannya diukur dengan melihat persentase kepemilikan saham dalam perusahaan. Menurut Prencipe (2004) dalam Reverte (2009), perusahaan dengan banyak kepemilikan pada umumnya diharapkan untuk mengungkapkan informasi lebih dari perusahaan dengan

kepemilikan terkonsentrasi, hal ini untuk mengurangi asimetri informasi antara organisasi dan pemegang saham.

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel struktur kepemilikan, diketahui bahwa variabel struktur kepemilikan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Hal ini berarti bahwa kepemilikan saham yang terkonsentrasi akan meningkatkan pelaporan kegiatan CSR pada laporan tahunan perusahaan. Hasil ini berbeda dari pernyataan yang dikemukakan oleh Reverte (2009). Hal ini dikarenakan konsentrasi kepemilikan memang mempunyai manfaat kontrol manajemen yang kuat, tetapi juga berpotensi menimbulkan kerugian bagi perusahaan karena menurunkan nilai perusahaan. Menurut Haryono (2005), pemegang saham yang terkonsentrasi akan lebih mementingkan pemenuhan kesejahteraannya sendiri, dan seringkali hak-hak minoritas terabaikan karena kalah dalam pengambilan keputusan strategis, meskipun keputusan tersebut tepat. Maka untuk mengurangi asumsi bahwa keputusan-keputusan yang dihasilkan bermuara pada peningkatan kesejahteraan pemegang saham mayoritas, perusahaan dianggap perlu untuk mengungkapkan lebih pada pelaporan pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Prastiti (2011) dan Anggraini (2006) yang menemukan pengaruh struktur kepemilikan yang signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

Variabel *leverage* pada penelitian ini diukur dengan melihat rasio hutang terhadap ekuitas perusahaan. Rasio ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat

risiko tak tertagihnya suatu hutang. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh *leverage*, diketahui bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Sesuai dengan teori agensi, maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan CSR pada laporan tahunan, agar tidak menjadi sorotan dari *debtholders*. Namun hasil penelitian ini tidak mendukung teori agensi yang menyatakan hubungan negatif antara tingkat *leverage* dengan pengungkapan CSR. Sehingga besar kecilnya rasio *leverage* suatu perusahaan tidak mempengaruhi besarnya pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.

Seperti halnya ROA, didalam penelitian ini juga tidak menemukan pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi ataupun rendah sama-sama melakukan pengungkapan CSR karena CSR dianggap dapat memberikan akibat lain seperti *image* atau pencitraan yang baik di depan konsumen, investor, masyarakat sekitar, dan lain-lain. Dalam hal ini, *debtholders* menganggap pengungkapan CSR sebagai suatu yang penting untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan sehingga menghindari risiko gagal bayar. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi, yaitu pengungkapan CSR dapat menjaga reputasi perusahaan dalam memenuhi kontrak sosial dengan masyarakat sekitar agar dapat bertahan dari penolakan masyarakat. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Darwis (2007), Utami dan Prastiti (2011), Sembiring (2005), Haron *et. al.*, (2008), dan Anggraini (2006) yang tidak menemukan pengaruh antara *leverage* dengan pengungkapan CSR.

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan, yaitu *size* perusahaan, sensitifitas industri, profitabilitas, struktur kepemilikan, dan *leverage*. Perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini sebanyak 41 perusahaan dengan periode penelitian selama tahun 2009-2011, sehingga total sampelnya adalah 123. Berdasarkan analisis secara statistik dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka simpulan untuk penelitian ini adalah bahwa variabel profitabilitas yang diprosikan ROA, dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan, sedangkan variabel *size* perusahaan, struktur kepemilikan, dan sensitifitas industri berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

#### 5.2 Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan terdapatnya unsur subjektivitas dalam menentukan indeks pengungkapan. Hal ini dikarenakan tidak adanya ketentuan baku yang dapat dijadikan acuan, sehingga penentuan indeks untuk indikator dalam kategori yang sama dapat berbeda pada setiap peneliti. Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan, dan adanya keterbatasan pada penelitian ini, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Pemerintah hendaknya lebih turut serta dalam pengawasan CSR pada perusahaan di Indonesia sehingga praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia semakin meningkat.
2. Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel independen yang terkait dengan pengungkapan CSR perusahaan, mengingat 64,6% dari nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel perusahaan agar dapat memprediksi faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan periode pengamatan yang lebih lama sehingga dapat memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk memperoleh kondisi yang sebenarnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Almilia, Luciana Spica dkk. 2011. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Dampaknya Terhadap Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan. *Fokus Ekonomi*. Vol. 10, No. 1, Halaman 50-68
- Anggraini, 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 9 Padang*.
- Branco, Manuel Castelo and Lucia Lima Rodrigues. 2007. Positioning Stakeholder Theory Within The Debate on Corporate Social Responsibility. *Electronic journal of Business Ethics and Organization Studies*. Vol .12, No.1, 5-15
- Darwis, Herman. 2009. Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Financial Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan High Profile di BEI. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. Vol. 13, No. 1, hal. 52-61
- Haron, Hasnah, *et al.* 2008. Factors Influencing Corporate Social Disclosure Practices in Malaysia. *Journal of Management*. Vol. 7, No. 1, 86-100
- Harsanti, Ponny. 2011. Corporate Social Responsibility dan Teori Legitimasi. *Working Paper*. Fakultas Ekonomi. Universitas Muria Kudus
- Haryono, Slamet. 2005. Struktur Kepemilikan dalam Bingkai Teori Keagenan. *Jurnal Akuntansi dan bisnis*. Vol. 5, No. 1, 63-71
- Hidayati, Naila Nuur dan Sri Murni. 2009. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earnings Response Coefficient Pada Perusahaan High Profile. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 11, No. 1, hal. 1-18
- Kurniati, Trianita dan Rahmatullah. 2011. *Panduan Praktis Pengelolaan CSR (Corporate Social Responsibility)*. Yogyakarta: Samudera Biru
- Laan, Sandra Van Der. 2009. The Role of Theory in Explaining Motivation for Corporate Social Disclosure: Voluntary Disclosures vs Solicited Disclosures. *Australasian Accounting Business and Finance Journal*. Vol. 3, No. 4, 15-29
- Lako, Andreas. 2011. *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Jakarta: Erlangga

- Lindrianasari. 2007. Hubungan Antara Kinerja Lingkungan dan Kualitas Pengungkapan Lingkungan dengan Kinerja Ekonomi Perusahaan di Indonesia. *JAAI*. Vol. 11, No. 2, 159-172
- Mitchell, Ronald K, *et al.* 1997. Toward A Theory of Stakeholder Identification and Saliency Defining The principle of Who and What Really Counts. *Academy of Management Review*. Vol. 22, No. 4, 853-886
- Murwaningsari, ETTY. 2009. Hubungan Corporate Governance, Corporate Social Responsibility dan Corporate Financial Performance dalam Satu Continuum. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 11, No. 1, 30-41
- Nasution, Bismar. 2001. Pentingnya Keterbukaan Untuk Pengelolaan Perusahaan yang Baik Dalam UUPM. *Jurnal Hukum dan Bisnis*. Vol.14, No. 1, 2001
- Pahuja, Shuchi. 2009. Relationship Between Environmental Disclosures and Corporate Characteristics: A Study of Large Manufacturing Companies in India. *Social Responsibility Journal*. Vol. 5, No. 2, 227-242
- Peysner, Roxane. 2010. CSR and Disclosing Your Greenhouse (GHG) Emissions. *CSR Journal*, 13-16
- Pratten, John D. and Adel Abdulhamid Mashat. Corporate Social Disclosure in Libya. *Social Responsibility Journal*, Vol. 5, No. 3, pp. 311-327
- Prayogo, Dody. 2008. Corporate Social Responsibility, Social Justice, dan Distributive Welfare dalam Industri Tambang dan Migas di Indonesia. *Jurnal Galang*. Vol. 3, No. 3, 57-74
- Reverte, Carmelo. 2009. Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms. *Journal of Business Ethics*. No. 88, 351-366
- Riyadi, Eddie Sius. 2008. Landasan Teoretis bagi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: dari Pemegang Saham (shareholder) ke Pemangku Kepentingan (stakeholder). *Dignitas*. Vol. 5, No. 2, 63-95
- Roberts, Robin W. 1992. Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application of Stakeholder Theory. *Accounting, Organizations and society Journal*. Vol. 17, No. 6, pp 595-612
- Said, Roshima, *et al.* 2009. The Relationship Between Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Governance Characteristics in Malaysian Public Listed Companies. *Social Responsibility Journal*. Vol. 5, No. 2, pp. 212-226

- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *SNA VIII*, 379-395
- Siregar, Chairil N. 2007. Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi Corporate Social Responsibility Pada Masyarakat Indonesia. *Jurnal Sositologi*, 6 (12)
- Susanto. 2003. Mengembangkan Corporate Social Responsibility di Indonesia. *Jurnal Reformasi Ekonomi*. Vol. 4, No. 1
- Susiloadi, Priyanto. 2008. Implementasi Corporate Social Responsibility untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan. *Spirit Publik*. Vol. 4, No. 2. Halaman 123-130
- Tanudjaja, Bing Bedjo. 2006. Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia. *Nirmana*. Vol. 8, No. 2, 92-98
- Tilling, Matthew V. 2004. Communication at The Edge: Volantary Social and Environmental Reporting in The Annual Report of a Legitimacy Threatened Corporation. *Business Conference Papers*. University of Notre Dame Australia
- Utami, Sri dan Sawitri Dwi Prastiti. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Social Disclosure. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Vol. 16, No. 1, 63-68
- Wiwoho, Jamal. 2008. Corporate Social Responsibility (CSR) Ditinjau dari Aspek Sejarah, Falsafah, dan Keuntungan Serta Kendalanya. *Jurnal Corporate Social Responsibility (CSR)*, Vol. 37, No. 2

**LAMPIRAN 1****CHECKLIST PENGUNGKAPAN CSR**

<b>No.</b>	<b>LINGKUNGAN</b>
1.	Pengendalian polusi kegiatan operasi; pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi
2.	Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi
3.	Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi
4.	Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya, reklamasi daratan atau reboisasi
5.	Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air, dan kertas
6.	Penggunaan material daur ulang
7.	Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan
8.	Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan
9.	Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan
10.	Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah
11.	Pengolahan limbah
12.	Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan
13.	Perlindungan lingkungan hidup
<b>No.</b>	<b>ENERGI</b>
1.	Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi
2.	Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi
3.	Mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang
4.	Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi
5.	Pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk
6.	Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk
7.	Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan
<b>No.</b>	<b>KESEHATAN DAN KESELAMATAN TENAGA KERJA</b>
1.	Mengurangi polusi, iritasi, atau risiko dalam lingkungan kerja
2.	Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental
3.	Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja
4.	Mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja
5.	Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja
6.	Menetapkan suatu komite keselamatan kerja
7.	Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja
8.	Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja
<b>No.</b>	<b>LAIN-LAIN TENAGA KERJA</b>
1.	Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat
2.	Presentase/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat manajerial
3.	Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan
4.	Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat
5.	Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja
6.	Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan
7.	Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja
8.	Bantuan atas bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan

<b>No.</b>	<b>LAIN-LAIN TENAGA KERJA</b>
9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25. 26. 27. 28. 29.	Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi Pengungkapan presentase gaji untuk pensiun Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan Mengungkapkan tingkatan manajerial yang ada Mengungkapkan disposisi staff – dimana staf ditempatkan Mengungkapkan jumlah staf, masa kerja dan kelompok usia mereka Mengungkapkan statistik tenaga kerja, misal: penjualan per tenaga kerja Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan Peningkatan kondisi kerja secara umum Informasi reorganisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja Informasi statistik perputaran tenaga kerja
<b>No.</b>	<b>PRODUK</b>
1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.	Pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk Informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk Produk memenuhi standar keselamatan Membuat produk lebih aman untuk konsumen Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan Peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk Informasi atas keselamatan produk perusahaan Informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (ISO 9000)
<b>No.</b>	<b>KEERLIBATAN MASYARAKAT</b>
1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9.	Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni Tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa/pelajar Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat Membantu riset medis Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar, atau pameran seni Membiayai program beasiswa Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat Mensponsori kampanye nasional Mendukung pengembangan industri lokal

No.	UMUM
1.	Pengungkapkn tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat
2.	Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas



**LAMPIRAN 2****DATA PERUSAHAAN NON KEUANGAN BERDASARKAN KRITERIA**

<b>Kode</b>	<b>Nama Perusahaan</b>	<b>Tipe Industri</b>
CMNP	PT. Cita Marga Nusaphala Persada Tbk.	Others
JSMR	PT. Jasa Marga (Persero) Tbk.	Others
SCMA	PT. Surya Citra Media Tbk.	Others
TMPO	PT. Tempo Inti Media Tbk.	Others
ACES	PT. Ace Hardware Indonesia Tbk.	Whole Sale and Retail Trade
HERO	PT. Hero Supermarket Tbk.	Whole Sale and Retail Trade
MICE	PT. Multi Indocitra Tbk.	Whole Sale and Retail Trade
MPPA	PT. Matahari Putra Prima Tbk.	Whole Sale and Retail Trade
TGKA	PT. Tigaraksa Satria Tbk.	Whole Sale and Retail Trade
DGIK	PT. Duta Graha Indah Tbk.	Constructions
JKON	PT. Jaya Kontruksi Manggala Pratama Tbk.	Constructions
AKRA	PT. AKR Corporindo Tbk.	Chemical and Allied Products
UNIC	PT Unggul Indah Cahaya Tbk.	Chemical and Allied Products
PANR	PT. Panorama Sentrawisata Tbk.	Hotel and Travel Services
ASGR	PT. Astra Graphia Tbk.	Electronic and Office Equipment
MTDL	PT. Metrodata Electronics Tbk.	Electronic and Office Equipment
ASII	PT. Astra International Tbk.	Automotive and Allied Products
INTA	PT. Intraco Penta Tbk.	Automotive and Allied Products
TURI	PT. Tunas Ridean Tbk.	Automotive and Allied Products
UNTR	PT. United Tractor Tbk.	Automotive and Allied Products
BSDE	PT. Bumi Serpong Damai Tbk.	Real Estate and Property
CTRP	PT. Ciputra Property Tbk.	Real Estate and Property
GMTD	PT. Gowa Makassar Tourism Development Tbk.	Real Estate and Property
JRPT	PT. Jaya Real Property Tbk.	Real Estate and Property

<b>Kode</b>	<b>Nama Perusahaan</b>	<b>Tipe Industri</b>
LPCK	PT. Lippo Cikarang Tbk.	Real Estate and Property
LPKR	PT. Lippo Karawaci Tbk.	Real Estate and Property
PJAA	PT. Pembangunan Jaya Ancol Tbk.	Real Estate and Property
ISAT	PT. Indosat Tbk.	Telecommunication
TLKM	PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.	Telecommunication
INDY	PT. Indika Energy Tbk.	Mining and Mining Services
PGAS	PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk.	Mining and Mining Services
BUMI	PT. Bumi Resources Tbk.	Mining and Mining Services
TINS	PT Timah (Persero) Tbk.	Mining and Mining Services
FAST	PT. Fast Food Indonesia Tbk.	Food and Beverages
MITI	PT. Mitra Investindo Tbk.	Stone and Concrete Products
TIRA	PT. Tira Austenite Tbk.	Metal and Allied Products
TRAM	PT. Trada Maritime Tbk.	Transportation Services
AALI	PT. Astra Agro Lestari Tbk.	Agriculture, Forestry and Fishing
LSIP	PT. PP London Sumatera Indonesia Tbk.	Agriculture, Forestry and Fishing
SGRO	PT. Sampoerna Agro Tbk.	Agriculture, Forestry and Fishing
FASW	PT. Fajar Surya Wisesa Tbk.	Paper and Allied Products



**LAMPIRAN 3****DATA PENELITIAN**

No.	Tahun	Nama Perusahaan	CSRI	ROA	SIZE	LEV	OWNER	IND
1.	2009	PT. Citra Marga Nusaphala Persada Tbk.	0,2949	0,0260	14,8429	0,9316	0	0
2.	2009	PT. Jasa Marga (Persero) Tbk.	0,3590	0,0483	16,5989	1,1806	1	0
3.	2009	PT. Surya Citra Media Tbk.	0,2687	0,0895	14,6741	0,7127	1	0
4.	2009	PT. Tempo Inti Media Tbk.	0,2239	0,0238	11,8332	0,9240	0	0
5.	2009	PT. Ace Hardware Indonesia Tbk.	0,1940	0,1653	13,7856	0,1665	1	0
6.	2009	PT. Hero Supermarket Tbk.	0,1493	0,0455	14,8559	1,8186	1	0
7.	2009	PT. Multi Indocitra Tbk.	0,1940	0,0891	12,5801	0,1725	1	0
8.	2009	PT. Matahari Putra Prima Tbk.	0,2537	0,0011	16,1726	2,1347	1	0
9.	2009	PT. Tigaraksa Satria Tbk.	0,2239	0,0726	14,1981	2,9983	0	0
10.	2009	PT. Duta Graha Indah Tbk.	0,2254	0,0441	14,2175	0,5930	0	0
11.	2009	PT. Jaya Kontruksi Manggala Pratama Tbk.	0,2535	0,0745	14,2464	1,3454	1	0
12.	2009	PT. AKR Corporindo Tbk.	0,3590	0,0431	15,6171	1,8145	1	1
13.	2009	PT Unggul Indah Cahaya Tbk.	0,3205	0,0130	14,6235	1,2852	0	1
14.	2009	PT. Panorama Sentrawisata Tbk.	0,2090	0,0095	13,0938	1,9958	1	0
15.	2009	PT. Astra Graphia Tbk.	0,3562	0,0743	13,5604	1,5266	1	0
16.	2009	PT. Metrodata Electronics Tbk.	0,2055	0,0232	13,8729	2,7401	0	0
17.	2009	PT. Astra International Tbk.	0,3333	0,1138	18,3035	1,2141	1	0
18.	2009	PT. Intraco Penta Tbk.	0,2692	0,0202	13,8543	2,4606	0	0
19.	2009	PT. Tunas Ridean Tbk.	0,2308	0,0684	14,3869	2,4972	0	0
20.	2009	PT. United Tractor Tbk.	0,3333	0,1165	17,0103	1,0461	1	0
21.	2009	PT. Bumi Serpong Damai Tbk.	0,2222	0,0510	15,3400	1,1112	0	0
22.	2009	PT. Ciputra Property Tbk.	0,3333	0,0517	15,1108	0,0810	1	0
23.	2009	PT. Gowa Makassar Tourism Development Tbk.	0,1905	0,0280	12,6302	2,0917	0	0
24.	2009	PT. Jaya Real Property Tbk.	0,3492	0,0668	14,7654	0,7476	1	0
25.	2009	PT. Lippo Cikarang Tbk.	0,3175	0,0101	14,2544	1,9641	0	0
26.	2009	PT. Lippo Karawaci Tbk.	0,3492	0,0315	16,3110	1,5393	0	0
27.	2009	PT. Pembangunan Jaya Ancol Tbk.	0,3651	0,0993	14,2404	0,5060	1	0
28.	2009	PT. Indosat Tbk.	0,3438	0,0363	17,8236	1,9526	1	0
29.	2009	PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.	0,3750	0,1164	18,3960	1,3772	1	0
30.	2009	PT. Indika Energy Tbk.	0,3205	0,1245	16,2737	0,6707	1	1
31.	2009	PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk.	0,3333	0,0248	17,1714	2,4746	1	1
32.	2009	PT. Bumi Resources Tbk.	0,4359	0,0710	15,8185	3,1888	0	1
33.	2009	PT Timah (Persero) Tbk.	0,3974	0,2320	15,3957	0,5141	1	1
34.	2009	PT. Fast Food Indonesia Tbk.	0,2436	0,1596	13,8561	0,6263	0	0
35.	2009	PT. Mitra Investindo Tbk.	0,1923	0,0000	11,6024	5,5040	0	1

No.	Tahun	Nama Perusahaan	CSRI	ROA	SIZE	LEV	OWNER	IND
36.	2009	PT. Tira Austenite Tbk.	0,1795	0,0058	12,2150	1,9442	0	1
37.	2009	PT. Trada Maritime Tbk.	0,2055	0,0317	14,2948	0,3627	0	0
38.	2009	PT. Astra Agro Lestari Tbk.	0,3288	0,4035	15,8399	0,2295	1	1
39.	2009	PT. PP London Sumatera Indonesia Tbk.	0,3151	0,1881	15,3950	0,5425	0	1
40.	2009	PT. Sampoerna Agro Tbk.	0,3288	0,2038	14,6317	0,3722	1	1
41.	2009	PT. Fajar Surya Wisesa Tbk.	0,3333	0,0098	15,1160	1,8432	1	1
42.	2010	PT. Cita Marga Nusaphala Persada Tbk.	0,3077	0,0247	14,8720	0,8212	0	0
43.	2010	PT. Jasa Marga (Persero) Tbk.	0,3205	0,0614	16,7574	1,1734	1	0
44.	2010	PT. Surya Citra Media Tbk.	0,2388	0,1210	14,7380	0,6908	1	0
45.	2010	PT. Tempo Inti Media Tbk.	0,2537	0,0105	11,9480	0,9292	0	0
46.	2010	PT. Ace Hardware Indonesia Tbk.	0,2090	0,1591	13,9906	0,1184	1	0
47.	2010	PT. Hero Supermarket Tbk.	0,2090	0,0607	14,9551	2,0542	1	0
48.	2010	PT. Multi Indocitra Tbk.	0,1940	0,1042	12,8262	0,1734	1	0
49.	2010	PT. Matahari Putra Prima Tbk.	0,2090	0,0284	16,2509	2,0458	1	0
50.	2010	PT. Tigaraksa Satria Tbk.	0,2239	0,0338	14,3705	2,7258	0	0
51.	2010	PT. Duta Graha Indah Tbk.	0,2113	0,0447	14,4881	0,6297	0	0
52.	2010	PT. Jaya Kontruksi Manggala Pratama Tbk.	0,2817	0,0819	14,4849	1,3016	1	1
53.	2010	PT. AKR Corporindo Tbk.	0,3718	0,0453	15,8523	2,2011	1	1
54.	2010	PT Unggul Indah Cahaya Tbk.	0,3205	0,0175	19,3513	0,8116	0	1
55.	2010	PT. Panorama Sentrawisata Tbk.	0,2388	0,0118	13,3350	1,5912	1	0
56.	2010	PT. Astra Graphia Tbk.	0,3836	0,0864	13,7978	1,0341	1	0
57.	2010	PT. Metrodata Electronics Tbk.	0,2877	0,0095	13,7592	2,0414	0	0
58.	2010	PT. Astra International Tbk.	0,3462	0,1129	11,6339	1,0028	1	0
59.	2010	PT. Intraco Penta Tbk.	0,2949	0,0360	14,3071	1,9081	0	0
60.	2010	PT. Tunas Ridean Tbk.	0,1923	0,1753	14,5575	0,7703	0	0
61.	2010	PT. United Tractor Tbk.	0,3077	0,1564	17,2067	0,7551	1	0
62.	2010	PT. Bumi Serpong Damai Tbk.	0,2064	0,0672	16,2747	0,9626	0	0
63.	2010	PT. Ciputra Property Tbk.	0,3492	0,0203	15,1567	0,0655	1	0
64.	2010	PT. Gowa Makassar Tourism Development Tbk.	0,2222	0,0441	12,7910	1,9247	0	0
65.	2010	PT. Jaya Real Property Tbk.	0,3651	0,0741	15,0081	0,8671	1	0
66.	2010	PT. Lippo Cikarang Tbk.	0,3333	0,0166	14,3284	2,1117	0	0
67.	2010	PT. Lippo Karawaci Tbk.	0,3492	0,0320	16,5978	1,3993	0	0
68.	2010	PT. Pembangunan Jaya Ancol Tbk.	0,3651	0,0898	14,2661	0,5802	1	0
69.	2010	PT. Indosat Tbk.	0,3281	0,0272	17,7824	2,0467	1	0
70.	2010	PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.	0,4063	0,1162	18,4183	1,2218	1	0
71.	2010	PT. Indika Energy Tbk.	0,3077	0,0621	16,2543	1,1889	1	1
72.	2010	PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk.	0,3846	0,2173	17,2840	1,3546	1	1
73.	2010	PT. Bumi Resources Tbk.	0,4615	0,0257	15,9872	3,9527	0	1

No.	Tahun	Nama Perusahaan	CSRI	ROA	SIZE	LEV	OWNER	IND
74.	2010	PT Timah (Persero) Tbk.	0,4744	0,0646	15,5873	0,4155	1	1
75.	2010	PT. Fast Food Indonesia Tbk.	0,2564	0,1748	14,0274	0,6295	0	0
76.	2010	PT. Mitra Investindo Tbk.	0,2180	0,0816	11,6520	2,8264	0	1
77.	2010	PT. Tira Austenite Tbk.	0,1923	0,0109	12,2915	1,5122	0	1
78.	2010	PT. Trada Maritime Tbk.	0,1918	0,0619	14,5969	0,4051	0	0
79.	2010	PT. Astra Agro Lestari Tbk.	0,3425	0,2284	15,9893	0,1839	1	1
80.	2010	PT. PP London Sumatera Indonesia Tbk.	0,3288	0,1458	15,5314	0,2724	1	1
81.	2010	PT. Sampoerna Agro Tbk.	0,3425	0,1246	14,8719	0,2690	1	1
82.	2010	PT. Fajar Surya Wisesa Tbk.	0,3205	0,0754	15,3185	1,3168	1	1
83.	2011	PT. Cita Marga Nusaphala Persada Tbk.	0,3333	0,1023	14,9782	0,5865	0	0
84.	2011	PT. Jasa Marga (Persero) Tbk.	0,3718	0,0630	16,8804	1,3686	1	0
85.	2011	PT. Surya Citra Media Tbk.	0,2388	0,2107	14,7363	0,6920	1	0
86.	2011	PT. Tempo Inti Media Tbk.	0,2537	0,0346	12,0802	1,0130	0	0
87.	2011	PT. Ace Hardware Indonesia Tbk.	0,2537	0,1493	14,1883	0,1425	1	0
88.	2011	PT. Hero Supermarket Tbk.	0,2537	0,0710	15,1291	1,7210	1	0
89.	2011	PT. Multi Indocitra Tbk.	0,2090	0,0757	12,9776	0,3015	1	0
90.	2011	PT. Matahari Putra Prima Tbk.	0,2537	0,5079	16,1484	0,5992	1	0
91.	2011	PT. Tigaraksa Satria Tbk.	0,2687	0,0588	14,5179	2,7338	0	0
92.	2011	PT. Duta Graha Indah Tbk.	0,2113	0,0360	14,2113	1,0185	0	0
93.	2011	PT. Jaya Kontruksi Manggala Pratama Tbk.	0,2958	0,0591	14,6168	1,6051	1	0
94.	2011	PT. AKR Corporindo Tbk.	0,3590	0,0406	15,9328	2,0142	1	1
95.	2011	PT Unggul Indah Cahaya Tbk.	0,3462	0,0148	19,4526	0,8548	0	1
96.	2011	PT. Panorama Sentrawisata Tbk.	0,2836	0,0104	13,5445	2,2860	1	0
97.	2011	PT. Astra Graphia Tbk.	0,3836	0,1205	13,9342	1,1039	1	0
98.	2011	PT. Metrodata Electronics Tbk.	0,3014	0,0322	14,0579	1,6322	0	0
99.	2011	PT. Astra International Tbk.	0,3462	0,1273	11,9416	1,0985	1	0
100.	2011	PT. Intraco Penta Tbk.	0,2949	0,0528	15,1340	2,9076	0	0
101.	2011	PT. Tunas Ridean Tbk.	0,1923	0,1281	14,7498	0,7307	0	0
102.	2011	PT. United Tractor Tbk.	0,3077	0,1304	17,6537	0,8388	1	0
103.	2011	PT. Bumi Serpong Damai Tbk.	0,2698	0,0337	16,3640	0,6979	0	0
104.	2011	PT. Ciputra Property Tbk.	0,3016	0,0406	15,2775	0,0754	1	0
105.	2011	PT. Gowa Makassar Tourism Development Tbk.	0,2381	0,0768	13,0964	1,7999	0	0
106.	2011	PT. Jaya Real Property Tbk.	0,3810	0,0804	15,2227	1,0965	1	0
107.	2011	PT. Lippo Cikarang Tbk.	0,3810	0,0391	14,5294	1,9623	0	0
108.	2011	PT. Lippo Karawaci Tbk.	0,3492	0,0325	16,7202	1,0345	0	0
109.	2011	PT. Pembangunan Jaya Ancol Tbk.	0,3810	0,0903	14,3677	0,4700	1	0
110.	2011	PT. Indosat Tbk.	0,3438	0,0123	10,8623	1,9373	1	0
111.	2011	PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.	0,4375	0,1156	18,4508	0,9758	1	0

No.	Tahun	Nama Perusahaan	CSRI	ROA	SIZE	LEV	OWNER	IND
112.	2011	PT. Indika Energy Tbk.	0,2821	0,0674	16,7199	1,1038	1	1
113.	2011	PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk.	0,4359	0,1944	17,2487	1,2248	1	1
114.	2011	PT. Bumi Resources Tbk.	0,4487	0,0355	15,8127	4,0556	0	1
115.	2011	PT Timah (Persero) Tbk.	0,4615	0,1612	15,6980	0,3993	1	1
116.	2011	PT. Fast Food Indonesia Tbk.	0,2308	0,1615	14,2525	0,5418	0	0
117.	2011	PT. Mitra Investindo Tbk.	0,2692	0,0643	11,6782	2,2366	0	1
118.	2011	PT. Tira Austenite Tbk.	0,2051	0,0181	12,3188	1,3520	0	1
119.	2011	PT. Trada Maritime Tbk.	0,2192	0,0485	14,7693	0,7777	0	0
120.	2011	PT. Astra Agro Lestari Tbk.	0,3562	0,2393	16,1383	0,1851	1	1
121.	2011	PT. PP London Sumatera Indonesia Tbk.	0,3562	0,1858	15,7312	0,2212	1	1
122.	2011	PT. Sampoerna Agro Tbk.	0,3562	0,1571	15,0425	0,3361	1	1
123.	2011	PT. Fajar Surya Wisesa Tbk.	0,3205	0,0630	15,4121	1,4826	1	1



**LAMPIRAN 4****STATISTIK DESKRIPTIF****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSRI	123	.149254	.474360	.29794120	.072791539
ROA	123	.00002	.50791	.0828700	.07589412
SIZE	123	10.86230	19.45261	14.9177707	1.70442476
LEV	123	.0655204	5.5040195	1.290263802	.9176669398
OWNER	123	0	1	.58	.496
IND	123	0	1	.30	.460
Valid N (listwise)	123				

**Frequencies****Statistics**

		OWNER	IND
N	Valid	123	123
	Missing	0	0

**Frequency Table****OWNER**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	52	42.3	42.3	42.3
	1	71	57.7	57.7	100.0
Total		123	100.0	100.0	

## IND

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	86	69.9	69.9	69.9
	1	37	30.1	30.1	100.0
	Total	123	100.0	100.0	



## LAMPIRAN 5 OUTPUT REGRESI LINIER BERGANDA

### Regression

**Variables Entered/Removed**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	IND, OWNER, SIZE, LEV, ROA <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.595 <sup>a</sup>	.354	.327	.059727757

a. Predictors: (Constant), LEV, IND, SIZE, OWNER, ROA

b. Dependent Variable: CSRI

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.229	5	.046	12.841	.000 <sup>a</sup>
	Residual	.417	117	.004		
	Total	.646	122			

a. Predictors: (Constant), IND, OWNER, SIZE, LEV, ROA

b. Dependent Variable: CSRI

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.007	.050		.143	.886
	ROA	-.026	.085	-.027	-.305	.761
	SIZE	.017	.003	.396	5.073	.000
	LEV	.006	.007	.075	.855	.394
	OWNER	.037	.012	.250	3.008	.003
	IND	.038	.012	.242	3.106	.002

a. Dependent Variable: CSRI

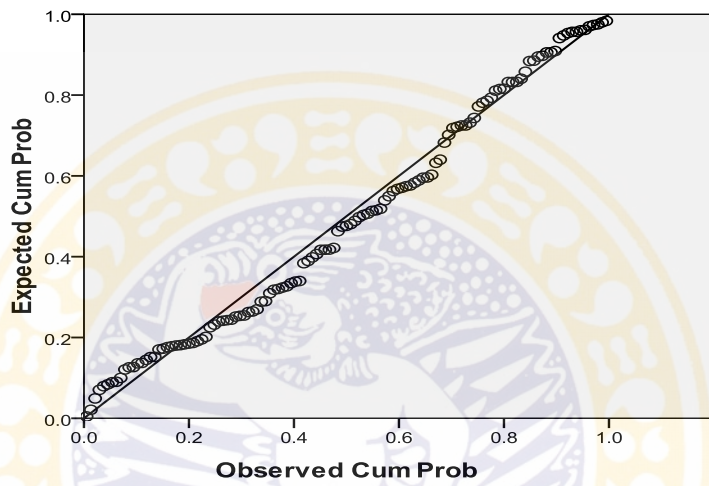


**LAMPIRAN 6**  
**UJI ASUMSI KLASIK**

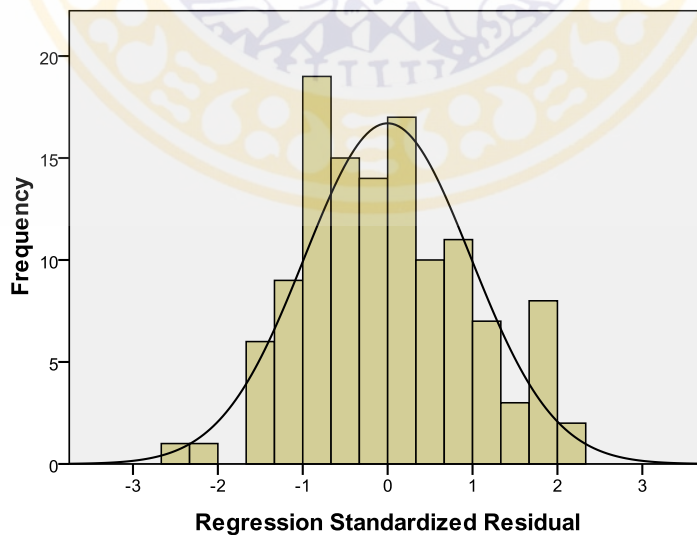
**Normal Probability Plot**

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

**Dependent Variable: CSRI**



**Histogram**  
**Dependent Variable: CSRI**



Mean = -7.43E-16  
Std. Dev. = 0.979  
N = 123

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Standardized Residual
N		123
Normal Parameters <sup>a,,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.97929382
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.078
	Negative	-.044
Kolmogorov-Smirnov Z		.865
Asymp. Sig. (2-tailed)		.443

a. Test distribution is Normal.

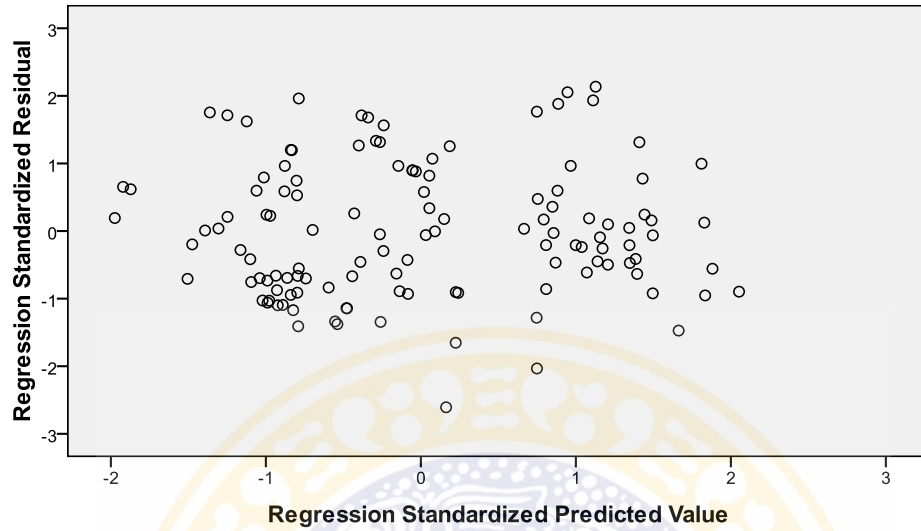
b. Calculated from data.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	ROA	.710	1.409
	SIZE	.904	1.106
	LEV	.717	1.394
	OWNER	.799	1.251
	IND	.908	1.101

**Diagram Scatterplot**

**Dependent Variable: CSRI**



**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.595 <sup>a</sup>	.354	.327	.059727757	1.233

a. Predictors: (Constant), IND, OWNER, SIZE, LEV, ROA

b. Dependent Variable: CSRI