

## PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DITINJAU DARI KARAKTERISTIK PERUSAHAAN

Rachyu Purbowati  
STIE PGRI Dewantara Jombang  
Rita Mutiarni (\*)  
[rita.dewantara@gmail.com](mailto:rita.dewantara@gmail.com)

### *Abstract*

*Corporate social responsibility (CSR) is an action or concept undertaken by the company (according to the ability of the company) as a form of social or environmental responsibility where the company is located. This study aims to determine the effect of corporate characteristics on CSR disclosure either partially or simultaneously. This research includes explanatory research. The population used in this study is the company is listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015. Samples taken in this study as many as 50 manufacturing companies listed on the BEI in 2015 that have been published. From the result of the research, it is known that partially Corporate Size Variable (X<sub>1</sub>) has significant influence to corporate social responsibility disclosure (CSR) (Y) level on Indonesian Stock Exchange company. While the Company Profile Variable (X<sub>2</sub>), Size Variable of Board of Commissioner (X<sub>3</sub>), Variable Concentration of Ownership (X<sub>4</sub>) have no significant influence to corporate social responsibility disclosure (YR) at Indonesian Stock Exchange. While simultaneous variable of Company Size (X<sub>1</sub>), Company Profile (X<sub>2</sub>), Size of Board of Commissioner (X<sub>3</sub>) and Concentration of Ownership (X<sub>4</sub>) have significant influence to corporate social responsibility disclosure (CSR) (Y). Variable Size Company (X<sub>1</sub>) has the most dominant influence on the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) (Y).*

*Keywords: Characteristics, Environment, Corporate Social Responsibility*

### Abstrak

*Corporate social responsibility (CSR) merupakan suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab sosial atau lingkungan dimana perusahaan itu berada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini termasuk penelitian penjelasan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan terdapat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 50 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015 yang telah dipublikasikan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa secara parsial Variabel Ukuran Perusahaan (X<sub>1</sub>) memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* (Y) pada perusahaan Bursa Efek Indonesia. Sedangkan Variabel Profile Perusahaan (X<sub>2</sub>), Variabel Ukuran Dewan Komisaris (X<sub>3</sub>), Variable Konsentrasi Kepemilikan (X<sub>4</sub>) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* (Y) pada perusahaan Bursa Efek Indonesia. Sedangkan secara simultan variabel Ukuran Perusahaan (X<sub>1</sub>), Profile Perusahaan (X<sub>2</sub>), Ukuran Dewan Komisaris (X<sub>3</sub>) dan Konsentrasi Kepemilikan (X<sub>4</sub>) berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* (Y). Variabel Ukuran Perusahaan (X<sub>1</sub>) memiliki pengaruh paling dominan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* (Y).*

Kata kunci : karakteristik, lingkungan, *corporate social responsibility*

## A. PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah kewajiban setiap perusahaan. Hal tersebut karena adanya pemikiran bahwa keberadaan perusahaan tidak lepas dari lingkungannya. Terlebih lagi, di era otonomi daerah, pemerintah mengharapkan agar perusahaan lebih berperan aktif untuk pemberdayaan ekonomi di sekitar lokasi perusahaan. Sinergi Pemerintah dan perusahaan bisa dihidupkan melalui kerjasama penggalan potensi sumber daya alam maupun manusia di tiap-tiap daerah. Hal ini bertujuan agar dapat meningkatkan perekonomian tiap daerah (Aziz, 2016)

Oleh karena itu setiap tindakan yang diambil perusahaan berdampak nyata terhadap kualitas kehidupan manusia, baik individu, masyarakat, dan seluruh kehidupan di bumi. Gagasan *CSR* menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan bukan sekedar kegiatan ekonomi, yaitu menciptakan laba demi kelangsungan usaha, melainkan juga tanggung jawab terhadap lingkungan.

*CSR* merupakan suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab sosial atau lingkungan dimana perusahaan itu berada (Utomo, 2015). Penerapan *CSR* merupakan salah satu bentuk dari konsep tata kelola perusahaan yang baik. Konsep ini mencakup berbagai kegiatan dan tujuan untuk mengembangkan masyarakat yang sifatnya produktif dan melibatkan masyarakat didalam dan di luar perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung, meski perusahaan hanya memberikan kontribusi sosial yang kecil kepada masyarakat tetapi diharapkan mampu mengembangkan dan membangun masyarakat dari aspek sosial.

Praktik pengungkapan *CSR* telah banyak diterapkan oleh perusahaan publik di Indonesia. Pada laporan tahunannya, perusahaan telah menyebutkan aspek pertanggungjawaban sosial walaupun dalam bentuk sangat sederhana Perusahaan berhak memilih bentuk pengungkapan yang sesuai dengan kebutuhan dan kompleksitas organisasinya. Meskipun informasi mengenai *CSR* yang diungkapkan dalam laporan tahunan tersebut belum mendetail, itikad baik perusahaan ini perlu untuk mendapatkan apresiasi, setidaknya perusahaan telah menyadari pentingnya informasi yang terkait dengan *CSR*.

Terlepas dari kecenderungan untuk membuat *CSR* sebagai syarat berbisnis, sudah selayaknya perusahaan melaksanakan *CSR* dengan kesungguhan, bukan semata-mata menjaga citra. Pasalnya, perusahaan yang mengaplikasikan *CSR* dengan sungguh-sungguh akan mempunyai kemungkinan keberlanjutan yang lebih besar (Yuliana R, 2008).

Berkembangnya trend bagi perusahaan untuk berperilaku lebih etis dengan lebih memperhatikan faktor lingkungan dan sosial. Hal tersebut dapat dilihat dari maraknya perusahaan mengkampanyekan program *CSR* melalui berbagai media. Lebih lanjut ada beberapa perusahaan juga membuat pengungkapan khusus mengenai *CSR* dalam laporan tahunannya meskipun hal tersebut masih bersifat sukarela. Salah satu perusahaan yang memperhatikan *CSR* adalah Pertamina. Pertamina dalam hal ini menerapkan *CSR* dengan cara yakni komitmen menjaga keseimbangan operasi dan tanggung jawab sosial pertamina, mendukung upaya pelestarian lingkungan hidup dengan cara komitmen penanaman 1000 pohon untuk setiap 1 sumur pemboran, instruksi menggunakan solar untuk lampu penerang di daerah terpencil serta ajakan kepada anggota untuk menggiatkan penanaman pohon dan membuat biopori di tempat tinggal masing-masing. Ini salah satu bukti nyata bahwa perusahaan tidak hanya mementingkan kegiatan ekonomi saja tapi memperhatikan dampak yang terjadi di lingkungan sekitar. ([www.pertamina.com](http://www.pertamina.com)).

Karakteristik pemilihan perusahaan adalah perusahaan manufaktur karena perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi, jadi dalam proses pembuatan ini pasti ada dampak sendiri terhadap lingkungannya, maka peneliti tertarik

untuk meneliti sejauh manakah tanggung jawab sosial perusahaan terhadap dampak yang akan terjadi dilingkungan sekitarnya.

Penelitian yang dilakukan Juholin (2004) yang membuktikan bahwa pendorong utama pelaksanaan *CSR* adalah pertimbangan profitabilitas jangka panjang perusahaan didukung dengan kepemimpinan, efisiensi, daya saing, dan kemampuan untuk mengantisipasi mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap tingkat keluasan pengungkapan *CSR*. Perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh masyarakat pada umumnya dituntut untuk menyusun pengungkapan *CSR* yang lebih lengkap ( Sembiring, 2003; Hopkins,2004)

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut karakteristik perusahaan yang teridentifikasi berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, antara lain produktivitas, efisiensi, teknologi, skala ekonomi perusahaan, kepemimpinan, daya saing, kemampuan untuk mengantisipasi masa depan, jenis usaha /profil perusahaan, komitmen manajer pusat dan dewan komisaris dan konsentrasi kepemilikan saham. Penelitian ini menggunakan empat karakter perusahaan sebagai faktor yang mempengaruhi tingkat keluasan pengungkapan *CSR* yaitu ukuran perusahaan, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris dan konsentrasi kepemilikan. Tiga diantaranya yaitu ukuran perusahaan, profil perusahaan, jumlah dewan komisaris merupakan karakteristik perusahaan yang digunakan oleh Sembiring (2005) sedangkan 1 (satu) karakteristik yang lain adalah kaearakteristik tambahan yang diindikasikan berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*. Karakteristik perusahaan yang dipakai dalam penelitian ini yaitu ukuran perusahaan, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan konsentrasi kepemilikan.

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

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan Hackson dan Milne (1996).

Adapun menurut Darvin (dalam Anggraini 2006) *corporate social responsibility (CSR)* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders* yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti tambahan mengenai teori yang terkait dengan pengungkapan sosial, antara lain:

- 1) *Decision usefulness theory*. Teori tersebut menyatakan bahwa suatu pelaporan akuntansi dapat berguna untuk pengambilan keputusan ekonomi oleh semua unsur pengguna laporan tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti tambahan bahwa laporan *CSR* dapat berguna untuk memberikan informasi dalam pengambilan keputusan ekonomi.
- 2) *Economic theory*. Teori tersebut menyatakan bahwa pengelola perusahaan harus memberikan laporan pertanggungjawaban atas segala sumber daya yang dimiliki dan dikelolanya kepada pemilik perusahaan yang meliputi pemilik modal (*shareholder*) dan *stakeholders* lainnya, yaitu masyarakat luas termasuk pemerintah dan lingkungan alam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti baru mengenai bentuk laporan pertanggungjawaban tersebut terutama yang terkait dengan *CSR*.
- 3) *Social and political studies*. Fokus utama dalam teori ini, yaitu bagaimana perusahaan memonitor dan merespon kebutuhan para *stakeholdernya*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti mengenai respon perusahaan terhadap kebutuhan *stakeholders*, terutama masyarakat dan lingkungan, dalam bentuk pengungkapan *CSR*.
- 4) Teori kontak sosial. Teori tersebut menyatakan bahwa perusahaan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari suatu komunitas. Sebagai bentuk pertanggungjawaban maka perusahaan melaksanakan pengungkapan sukarela lainnya. Penelitian ini diharapkan dapat

memberikan bukti mengenai bukti mengenai pelaksanaan pengungkapan sosial oleh perusahaan melalui pengungkapan CSR.

### **Karakteristik Perusahaan**

Berdasarkan UU PT no 40 Th 2007 BAB V Pasal 74 menentukan bahwa setiap perseroan yang kegiatan usahanya bergerak dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial lingkungan. Terdapat beberapa literatur salah satunya adalah yang menunjukkan bahwa karakteristik perusahaan berpengaruh terhadap CSR karena CSR adalah tanggung jawab sosial terhadap lingkungan di mana perusahaan harus mempertanggung jawabkan semua kegiatannya yang berkaitan dengan lingkungan dan ini bisa dilihat dari suatu sifat khas perusahaan yang melekat pada perusahaan itu sendiri yang disebut dengan karakteristik perusahaan. Guna meyakinkan bahwa manajer bekerja sungguh-sungguh untuk kepentingan pemegang saham, pemegang saham harus mengeluarkan biaya yang disebut dengan *agency cost*, yang meliputi pengeluaran untuk memonitor kegiatan manajer, pengeluaran untuk membuat struktur organisasi yang meminimalkan tindakan-tindakan manajer yang tidak diinginkan, serta *opportunity cost* yang timbul akibat kondisi ketika manajer tidak dapat segera mengambil keputusan tanpa persetujuan tanpa persetujuan pemegang saham.

### **Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR.**

- 1. Ukuran Perusahaan (X<sub>1</sub>).** Ukuran perusahaan adalah satu skala yang dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara antara lain, antara lain total aktiva, *log size*, nilai pasar saham dan lain-lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan yang terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*), dan perusahaan kecil (*Small firm*). Penentuan ukuran perusahaan ini berdasarkan kepada total aset perusahaan (Machfoed, 1994). Terikat isu CSR, ukuran perusahaan terkait erat dengan salah satu faktor penting dalam CSR, yaitu *stakeholder* Perusahaan yang berskala besar tentunya pengaruh terhadap *stakeholdernya* lebih luas dibandingkan dengan perusahaan berskala kecil.
- 2. Profil Perusahaan (X<sub>2</sub>).** Perusahaan yang termasuk dalam tipe industri *high profile* menurut Robert (1992) dalam Hackson dan Milne (1996) adalah perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat resiko politik yang tinggi atau tingkat kompetisi yang ketat, sedangkan perusahaan *low profile* adalah operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya. Bila dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan *high profile*, perusahaan yang terkategori dalam industri *low profile* lebih ditoleransi oleh masyarakat luas manakala melakukan kesalahan.
- 3. Ukuran Dewan Komisaris (X<sub>3</sub>).** Pelaksanaan CSR lebih optimal pada perusahaan yang mendapat dukungan penuh dari dewan komisaris (Juholion,2004).
- 4. Konsentrasi Kepemilikan (X<sub>4</sub>).** Pemahaman terhadap kepemilikan perusahaan sangat penting karena berkaitan dengan pengendalian operasional perusahaan. Perusahaan yang proporsi kepemilikan publiknya besar memerlukan pengendalian yang lebih ketat. Pengertian publik adalah pihak individu yang berada di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa perusahaan.

Maka berdasarkan kajian pustaka diatas, hipotesis yang dibangun pada penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub> : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

H<sub>2</sub> : Profil perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

H<sub>3</sub> : Ukuran dewan komisaris perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

H<sub>4</sub> : Konsentrasi kepemilikan perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian penjelasan (*explanatory reseach*), yakni memberikan penjelasan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa. (Singarimbun dan Effendi, 2006:4). Terdapat 2 (dua) variabel dalam penelitian ini yaitu:

**1. Variable Terikat (*dependent variable*).** Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan data yang diungkapkan oleh perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosialnya. Tingkat keluasan pengungkapan CSR merupakan nilai kinerja perusahaan atas praktik pertanggungjawaban sosialnya, yang terdiri atas kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan. Beberapa hal yang menjadi indikator yang representatif untuk mengukur tingkat keluasan pengungkapan CSR:

- a. Kuantitas Pengungkapan CSR. Kuantitas pengungkapan CSR terkait dengan seberapa banyak perusahaan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki untuk memfasilitasi pengungkapan CSR. Kuantitas tersebut diukur dengan menggunakan jumlah halaman yang digunakan untuk pengungkapan CSR. Jumlah halaman menunjukkan seberapa banyak informasi yang disajikan oleh perusahaan terkait dengan tanggung jawab sosialnya.
- b. Proporsi pengungkapan CSR. Proporsi pengungkapan CSR merupakan perbandingan antara jumlah halaman yang digunakan untuk pengungkapan CSR dengan jumlah halaman laporan tahunan seluruhnya. Proporsi ini menunjukkan seberapa besar perhatian perusahaan dalam mengungkapkan CSR dibandingkan dengan kegiatan perusahaan lainnya
- c. Dimensi pengungkapan CSR. Dimensi pengungkapan CSR merupakan sub bagian CSR yang menyebutkan hal pokok apa saja yang harus ada dalam pengungkapan CSR. Terdapat ada yaitu lingkungan, ekonomi, hak asasi, ketenagakerjaan, tanggung jawab produk, dan masyarakat. Berdasarkan daftar tersebut, maka dilakukan penilaian sejauh mana dimensi yang dimiliki oleh pengungkapan CSR setiap perusahaan. Penilaian dilakukan dengan menghitung dimensi pengungkapan yang ada pada setiap pengungkapan CSR.

**2. Variable Bebas (*independent variable*).** Variable bebas (X) dalam penelitian ini adalah:

- a. Ukuran Perusahaan (X<sub>1</sub>). Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan proksi jumlah tenaga kerja yang ada dalam perusahaan (Sembiring, 2005) dan total aset (Machfoedz, 1994).
- b. Profile Perusahaan (X<sub>2</sub>). Perusahaan yang termasuk dalam tipe industri *high profile* menurut Robbert (1992) dalam Hackson dan Milne (1996) adalah perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat resiko, politik yang tinggi atau tingkat kompetensi yang ketat. Selanjutnya, perusahaan yang termasuk dalam tipe *low profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya.
- c. Ukuran Dewan Komisaris (X<sub>3</sub>). Dewan Komisaris berfungsi untuk memonitor dan mengendalikan CEO. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan semakin efektif. Ukuran dewan komisaris yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan penelitian Juholion (2004) dan Sembiring (2005), yaitu jumlah anggota dewan komisaris.

- d. Konsentrasi Kepemilikan ( $X_4$ ). Perusahaan yang proposi kepemilikan publiknya besar, maka memerlukan pengendalian lebih ketat. Oleh karena itu, perusahaan yang proposi kepemilikan publiknya besar dituntut untuk membuat pengungkapan kinerja yang lebih lengkap. Konsentrasi kepemilikan dihitung dengan menggunakan prosentase jumlah saham perusahaan yang dimiliki publik.

Untuk melakukan penelusuran laporan tahunan perusahaan sampel pada penelitian ini maka yang langkah-langkah yang dilakukan adalah: 1) Melakukan *checklist* atau item-item yang diungkapkan perusahaan, 2) Menghitung total aset sebagai variabel ukuran perusahaan, 3) Menentukan profil perusahaan sebagai variabel perusahaan, 4) Menghitung jumlah anggota dewan komisaris dalam perusahaan, 5) Menghitung jumlah saham perusahaan yang dimiliki publik.

Pemisahan sampel dilakukan dengan metode *Purposive Sampling* (sampel tujuan) yaitu penentuan sampel dengan tujuan tertentu, hal ini sesuai dengan pendapat Arikunto (2006:140), teknik ini biasanya dilakukan karena pertimbangan, misalnya alasan keterbatasan waktu, tenaga dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar dan jauh. Dalam penelitian ini kriteria pemilihan sampel yang ditetapkan adalah: 1) Perusahaan tersebut terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia tahun 2010, 2) Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan pada tahun 2010 di [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), 3) Perusahaan sample adalah perusahaan manufaktur, 4) Laporan tahunan memiliki data yang lengkap untuk keperluan penelitian.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 50 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015 yang telah dipublikasikan, hal ini mengacu pendapat Roscoe dalam Sugiyono (2010 : 74), yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

Penelitian ini hanya menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan non keuangan di Bursa Efek Indonesia periode 2015 yang diperoleh melalui website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Selanjutnya data yang masuk akan dianalisa dengan menggunakan metode statistik deskriptif, melalui uji asumsi klasik yang terdiri dari :1) Uji Multikolinearitas, 2) Uji Autokorelasi, 3) Uji Heteroskedastisitas, 4) Uji Normalitas dan Analisa Regresi Berganda.

### C. HASIL PENELITIAN

Untuk mengetahui data yang digunakan dalam penelitian ini, dilakukan analisa statistik deskriptif. Berikut hasil analisa statistik deskriptif :

1. **Ukuran Perusahaan.** Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan proksi jumlah tenaga kerja yang ada dalam perusahaan. Dari 50 perusahaan yang diteliti, jumlah tenaga kerja paling sedikit (minimum) adalah 6 orang dan jumlah tenaga kerja terbanyak (maksimum) adalah 66.000 orang. Rata – rata jumlah tenaga kerja dari 50 perusahaan yang menjadi sampel penelitian adalah 3024 orang dengan standar deviasi sebesar 9483.
2. **Profile Perusahaan.** Variabel profil perusahaan dilihat dari kategori perusahaan yaitu tipe industri *high profile* dan *low profile*. *High profile* akan diberi nilai 1 dan *low profile* diberi nilai 0.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan alat bantu SPSS, diketahui bahwa:

1. Mayoritas perusahaan yang tergolong *low profile* sebanyak 36 perusahaan atau sebesar 72 % dan yang tergolong *high profile* sebanyak 14 perusahaan atau sebesar 28 %.
2. Ukuran dewan komisaris yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah anggota dewan komisaris. Nilai ukuran dewan komisaris dari 50 perusahaan yang diteliti, jumlah paling sedikit (minimum) adalah 2 orang dan jumlah terbanyak (maksimum) adalah 10 orang. Rata – rata ukuran dewan komisaris dari 50 perusahaan yang menjadi sampel

penelitian adalah 4.28 orang dengan standar deviasi sebesar 1,9487.

3. Konsentrasi kepemilikan dihitung dengan menggunakan prosentase jumlah saham perusahaan yang dimiliki public. Nilai Konsentrasi kepemilikan dari 50 perusahaan yang diteliti, nilai paling sedikit (minimum) adalah 0.21% dan nilai (maksimum) adalah 83,66%. Rata – rata nilai Konsentrasi kepemilikan dari 50 perusahaan yang menjadi sampel penelitian adalah 29,3318 % dengan standar deviasi sebesar 20,5133.

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa, secara simultan tingkat pengaruh variabel independen terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang ditemukan yaitu sebesar 37,6 %. Hal ini berarti bahwa secara simultan Ukuran Perusahaan, Profile Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris dan Konsentrasi Kepemilikan mampu mempengaruhi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebesar 37,6%.

Hasil analisis regresi parsial berhasil mendukung hipotesis alternatif pertama pada tingkat signifikansi 5%. Sedangkan hipotesis alternatif kedua, ketiga dan keempat tidak didukung. Ukuran perusahaan ( $X_1$ ) menunjukkan koefisien regresi positif, nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $3,643 > 2,0126$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001, hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR* (Y) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar Di BEI tahun 2010. Ukuran perusahaan terkait erat dengan salah satu faktor penting dalam *CSR*, yaitu *stakeholder* Perusahaan yang berskala besar tentunya pengaruh terhadap *stakeholdernya* lebih luas dibandingkan dengan perusahaan berskala kecil, perusahaan besar yang melakukan lebih banyak aktivitas yang memberikan damp lebih besar terhadap masyarakat, kemungkinan mempunyai lebih banyak pemegang saham yang boleh jadi terkait dengan program sosial perusahaan dan laporan keuangan tahunan akan dijadikan sebagai alat yang efisien untuk menyebarkan informasi ini

Pada penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Sembiring, (2005) Sembiring (2003), Anggraini (2006) berhasil menemukan bukti empiris atas pengaruh ukuran perusahaan terhadap keluasan pengungkapan *CSR*.

Hasil pengujian hipotesis variabel Profile Perusahaan ( $X_2$ ), nilai t hitung lebih kecil dari t table ( $1,529 < 2,0126$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,133 menunjukkan tidak ada pengaruh yang nyata antara variabel Profile Perusahaan ( $X_2$ ) terhadap pengungkapan *CSR* (Y). Profile Perusahaan terkait erat dengan salah satu faktor penting dalam *CSR* terutama profile perusahaan yang *high profile* memiliki kecenderungan lebih banyak dalam melakukan pengungkapan sosial daripada industri yang *low profile*. Perusahaan *high profile* juga lebih sensitif terhadap keinginan konsumen atau pihak lain yang berkepentingan terhadap produknya, akan tetapi pada penelitian ini berdasarkan deskripsi statistik dari 50 perusahaan manufaktur yang memiliki *low profile* sebanyak 36 perusahaan atau sebesar 72 % dan yang tergolong *high profile* sebanyak 14 perusahaan atau sebesar 28 %, sehingga pada penelitian ini sebagian besar sampel penelitian adalah perusahaan *low profile* yaitu perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya. Bila dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan *high profile*, perusahaan yang terkategori dalam industri *low profile* lebih ditoleransi oleh masyarakat luas manakala melakukan kesalahan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Sembiring (2005) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh profil perusahaan terhadap pengungkapan *CSR*. Variabel Profile Perusahaan memiliki koefisien regresi positif hal ini menunjukkan *high profile* mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosialnya lebih banyak dari industri *low profile*, seperti yang dibuktikan oleh Rashid dan Ibrahim (2002) Zuhroh dan Sukmawati (2003), Sallyane (2004).

Hasil pengujian hipotesis variabel Ukuran Dewan Komisaris ( $X_3$ ), nilai t hitung lebih kecil dari t table ( $-0,145 > 2,0126$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,886. Hal ini menunjukkan tidak ada pengaruh yang nyata antara variabel Ukuran Dewan Komisaris

terhadap pengungkapan *CSR* (Y). Variabel Ukuran Dewan Komisaris memiliki koefisien regresi negatif yaitu sebesar -0,045 hal ini menunjukkan Pelaksanaan *CSR* lebih optimal pada perusahaan yang mendapat dukungan penuh dari dewan komisaris Dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi, yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya, sehingga kebanyakan penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara dewan komisaris dengan tingkat pengungkapan informasi oleh perusahaan, seperti yang dibuktikan oleh Sembiring (2005). Penelitian tersebut menyatakan bahwa dewan komisaris merupakan pendukung utama dalam kegiatan *CSR* perusahaan. Tetapi pada penelitian ini peneliti tidak dapat membuktikan. Hal ini karena rata – rata ukuran dewan komisaris dari 50 perusahaan yang menjadi sampel penelitian adalah 4.28 orang, padahal pada penelitian ini ukuran dewan komisaris yang diprosikan dengan jumlah personil dewan komisaris dan independensi dewan komisaris.

Hasil pengujian hipotesis variabel Konsentrasi Kepemilikan ( $X_4$ ), nilai  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  table ( $0,509 > 2,0126$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,613. Hal ini menunjukkan tidak ada pengaruh yang nyata antara variabel Konsentrasi Kepemilikan terhadap pengungkapan *CSR* (Y). Variabel Konsentrasi Kepemilikan memiliki koefisien regresi positif yaitu sebesar 0,141 hal ini menunjukkan kepemilikan perusahaan sangat penting karena berkaitan dengan pengendalian operasional perusahaan. Perusahaan yang proporsi kepemilikan publiknya besar memerlukan pengendalian yang lebih ketat, hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Sembiring (2003) yaitu bahwa ternyata konsentrasi kepemilikan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*. Konsentrasi Kepemilikan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR* disebabkan pengendalian perusahaan sering diserahkan kepada manajer profesional yang bukan pemilik perusahaan. Pemilik tidak mampu lagi karena keterbatasannya untuk mengendalikan perusahaan yang semakin besar dan semakin kompleks.

Secara simultan variabel Ukuran Perusahaan ( $X_1$ ), Profil Perusahaan ( $X_2$ ), Ukuran Dewan Komisaris ( $X_3$ ) dan Konsentrasi Kepemilikan ( $X_4$ ) berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F$  hitung sebesar 6,783, maka  $F$  hitung lebih besar dari  $F$  tabel ( $6,783 > 2,585$ ).

Mendukung UU PT No 40 Th 2007 BAB V Pasal 74 menentukan bahwa setiap perseroan yang kegiatan usahanya bergerak dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial lingkungan. Melalui penelitian ini membuktikan bahwa karakteristik perusahaan yang dilihat dari Ukuran Perusahaan, Profil Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris dan Konsentrasi Kepemilikan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility (CSR)*.

#### **D. KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan analisa tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* yang telah dilakukan disimpulkan bahwa dari hasil pengujian secara parsial Variabel Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* pada perusahaan Bursa Efek Indonesia. Variabel Profile Perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* pada perusahaan Bursa Efek Indonesia. Variabel Ukuran Dewan Komisaris tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* pada perusahaan Bursa Efek Indonesia. Variable Konsentrasi Kepemilikan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap

tingkat pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* pada perusahaan Bursa Efek Indonesia.

Secara simultan variabel Ukuran Perusahaan, Profile Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris dan Konsentrasi Kepemilikan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)*. Variabel Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh paling dominan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdullah, N. A. H., Abdul Rashid, R., & Ibrahim, Y. (2002). The effect of dividend announcements on stock returns for companies listed on the main board of the Kuala Lumpur Stock Exchange. *Malaysian Management Journal*, 6(1&2), 81-98.
- [2] Anggraini. 2006. "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (studi empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)." *Simposium Nasional Akuntansi 9*
- [3] Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- [4] Aziz, A. (2016). Pengaruh Karakteristik Pemerintah Daerah terhadap Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah (Studi pada Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Jawa Timur). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 11
- [5] Ghazali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [6] Hackston, David and Milne Marcus J. 1996. "Some Determinants Of Social And Environmental Disclosures In New Zealand Companies", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 9, No. 1 : 77-108
- [7] Hopkins, M. (2004). Corporate social responsibility: an issues paper
- [8] Juholin, E. (2004). For business or the good of all? A Finnish approach to corporate social responsibility. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 4(3), 20-31.
- [9] Machfoedz, M. U. (1994). Financial ratio analysis and the prediction of earnings changes in Indonesia. *Kelola*, 7(3), 114-134
- [10] Mursitama, Tirta N., M. Fadhil Hasan, and Iman Yuniarto Fakhruddin. *Corporate social responsibility (CSR) di Indonesia: teori dan implementasi: studi kasus community development Riaupulp*. Institute for Development of Economics and Finance, 2011.
- [11] Sembiring. 2005. "Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Study Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta." *Simposium Nasional Akuntansi 8*.
- [12] Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2006. *Metode Penelitian survai*. Jakarta: LP3ES.
- [13] Sugiyono, 2007, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- [14] Sallyanne Decker, O. (2004). Corporate social responsibility and structural change in financial services. *Managerial Auditing Journal*, 19(6), 712-728.
- [15] Utomo, L. P. (2015). Pengaruh Postur Motivasi Atas Cara Pandang Wajib Pajak Kepada Fiskus Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak Orang Pribadi. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 10(2).

- [16] UUPT no 40 Th 2007 BAB V Pasal 74
- [17] Yuliana, R., Purnomosidhi, B., & Sukoharsono, E. G. (2008). Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* dan dampaknya terhadap reaksi investor. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 5(2), 245-276.
- [18] Zuhroh, D., & Sukmawati, I. P. P. H. (2003). Analisis pengaruh luas pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan terhadap reaksi investor. *Simposium Nasional Akuntansi VI*, 1314-1326.
- [19] [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)
- [20] [www.pertamina.com](http://www.pertamina.com)