

PENGARUH SIZE DAN PROFITABILITAS TERHADAP GOOD CORPORATE GOVERNANCE PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE PADA TAHUN 2017-2018 (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR FOOD AND BEVERAGES)

¹⁾ Dra. Ec. Hartati Kanti Astuti, MM ²⁾ Ahmad Gamal
^{1,2)} Fakultas Ekonomi Universitas WR. Supratman

ABSTRAKSI

Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* dipengaruhi oleh karakteristik perusahaan meliputi *size, profile*, ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage*.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris 5 faktor karakteristik perusahaan yang digunakan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sampel adalah 59 perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode Tahun 2007-2008, sesuai dengan kriteria. Penelitian ini merupakan penelitian hipotesis yaitu untuk menguji pengaruh variabel bebas (ukuran perusahaan dan profitabilitas) terhadap variabel terikat (pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan) secara empirik, dengan menggunakan uji Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Ukuran perusahaan dengan proksi prosentase jumlah total asset terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, (2) Profitabilitas dengan proksi *net profit margin* tidak terbukti secara signifikan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kata kunci: *corporate social responsibility, size*, dan profitabilitas.

PENDAHULUAN

Laporan tahunan menjadi penting bagi investor untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan tanggungjawab sosial perusahaan. Laporan tahunan perusahaan merupakan pertanggungjawaban manajemen atas pengelolaan dana yang berasal dari kreditor ataupun pemilik modal. Pertanggungjawaban manajemen tidak hanya terbatas atas pengelolaan dana, namun juga meliputi dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan alam dan sosial (Zuhroh dan Sukmawati, 2003:1314). Tanggungjawab sosial dapat dilihat sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah. Dengan demikian, perusahaan seharusnya melaporkan dan mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya dalam laporan tahunan secara memadai sehingga dapat dipahami dan tidak menimbulkan salah interpretasi.

Tanggungjawab sosial perusahaan dapat didefinisikan sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004; dalam Anggraini, 2006:5). Tanggungjawab sosial secara lebih sederhana dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan di sekitarnya karena perusahaan telah mengambil keuntungan atas masyarakat dan lingkungan, di mana dalam proses pengambilan keuntungan tersebut sering kali perusahaan menimbulkan kerusakan lingkungan ataupun dampak-dampak sosial lainnya. Saat ini tanggungjawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) belum memiliki suatu definisi yang telah disepakati secara umum. Namun demikian, dari berbagai definisi yang ada memiliki suatu kesamaan, yaitu keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis dan perhatian terhadap aspek sosial serta lingkungan (Wibisono, 2007:8).

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970an, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktek yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan; serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak hanya merupakan kegiatan karikatif perusahaan dan tidak terbatas hanya pada pemenuhan aturan hukum semata.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial oleh perusahaan dipengaruhi oleh karakteristik perusahaan. Karakteristik perusahaan dapat diketahui dengan melihat dari *size*, *profile*, ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage* perusahaan tersebut. *Size* perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, nilai pasar saham, dan lain-lain. Besarnya jumlah anggota dewan komisaris yang dimiliki perusahaan juga dapat menjadi ukuran untuk mengklasifikasikan perusahaan. Profitabilitas merupakan ukuran penting untuk menilai sehat atau tidaknya perusahaan yang mempengaruhi investor untuk membuat keputusan (Suwito, 2005:139). *Profile* menjadi *Leverage* mencerminkan ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya, sehingga *leverage* mencerminkan tingkat resiko perusahaan (Sembiring, 2006:78).

Karakteristik perusahaan dalam penelitian ini dilihat dari *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris dan *leverage*. Penelitian tersebut menentukan bahwa *size*, *profile*, ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Sedangkan profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Obyek penelitian adalah perusahaan manufaktur *Food and Beverages* karena perusahaan manufaktur memiliki komponen harga pokok produksi yang lebih lengkap, sifat proses produksi yang aktual dan memerlukan bahan baku dengan konsekuensi kebutuhan modal kerja yang relatif lebih besar, artinya walaupun investasi awal membutuhkan dana yang sangat besar tetapi pada periode-periode berikutnya perusahaan manufaktur memerlukan modal kerja yang relatif besar. Berdasarkan latar belakang diatas maka judul penelitian ini adalah Pengaruh *size*, profitabilitass terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan manufaktur *Food and Beverages* di Bursa Efek Indonesia periode pada tahun 2017-2018?

Pengungkapan

Pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal efisien (Hendriksen, 1996; dalam Zuhroh dan Sukmawati, 2003:1315). Tujuan pengungkapan menurut *securities exchange commission* (SEC) dikategorikan menjadi dua, yaitu:

- 1) *Protective disclosure* yang dimaksudkan sebagai upaya perlindungan terhadap investor.
- 2) *Informative disclosure* yang bertujuan memberikan informasi yang layak kepada pengguna laporan keuangan (Wolk, Francis, dan Teamey dalam Zuhroh dan Sukmawati, 2003:1316).

Menurut Agustina (2006:220) pengungkapan yang dilakukan perusahaan dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu:

- 1) Pengungkapan wajib, yaitu pengungkapan informasi yang harus dilakukan berdasarkan peraturan yang berlaku.
- 2) Pengungkapan sukarela, yaitu pengungkapan yang melebihi pengungkapan yang diwajibkan menurut peraturan yang berlaku

Menurut Na'im dan Rakhman dalam Agustina (2006:222) ada tiga konsep pengungkapan yang umum diusulkan :

- 1) *Adequate disclosure* (pengungkapan cukup)

Merupakan pengungkapan yang cukup, yaitu pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh peraturan yang berlaku, di mana angka-angka yang disajikan dapat diinterpretasikan dengan benar oleh investor.

2) *Fair disclosure* (pengungkapan wajar)

Merupakan pengungkapan yang secara wajar memiliki tujuan etis agar memberikan perlakuan yang sama kepada semua pemakai laporan dengan menyediakan informasi yang layak terhadap pembaca potensial.

3) *Full disclosure* (pengungkapan penuh)

Merupakan pengungkapan yang menyangkut kelengkapan informasi yang diungkapkan secara relevan. Pengungkapan penuh memiliki kesan penyajian secara melimpah sehingga beberapa pihak menganggapnya tidak baik.

Tanggungjawab sosial atau CSR

Seemerhorn (1993; dalam Suharto, 2007:102) menyatakan bahwa tanggungjawab sosial merupakan suatu bentuk kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara organisasi sendiri untuk melayani kepentingan organisasi dan kepentingan publik eksternal.

Saat ini tanggungjawab sosial belum memiliki suatu definisi yang telah disepakati secara umum. Namun demikian, dari berbagai definisi yang ada memiliki suatu kesamaan, yaitu keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis dan perhatian terhadap aspek sosial serta lingkungan (Wibisono, 2007:8).

Menurut Wibisono (2007:78) perusahaan memperoleh beberapa keuntungan karena menerapkan tanggungjawab sosial, yaitu:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan.
2. Layak mendapatkan *social license to operate*.
3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.
4. Melebarkan akses sumber daya.
5. Membentangkan akses menuju *market*.
6. Mereduksi biaya.
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.

Pengungkapan tanggungjawab sosial didefinisikan sebagai proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan sehingga memperluas tanggungjawab perusahaan di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan pada investor (Hackstone dan Milne dalam Sembiring (2006:71).

Menurut Belkaoui dalam Oetomo (2006:22), tujuan pengungkapan tanggungjawab sosial adalah untuk membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial di antara organisasi dan masyarakat selain itu pengungkapan tanggungjawab yang dianggap sebagai perpanjangan dari pelaporan keuangan tradisional, bertujuan untuk memberikan informasi kepada investor.

Menurut Harahap (2002; dalam Oetomo, 2006:23), keterlibatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan keadaan di Negara Indonesia yaitu :

1. Lingkungan hidup, antara lain: pengawasan terhadap efek polusi, perbaikan pengerusakan alam, konservasi alam, keindahan lingkungan, pengurangan polusi suara, penggunaan tanah, pengelolaan sampah dan air limbah, riset dan pengembangan lingkungan, kerjasama dengan energi yaitu antara lain: konversi dan penghematan energi yang dilakukan oleh perusahaan dalam aktivitasnya.
2. Sumber daya manusia dan pendidikan, antara lain: keamanan dan kesehatan karyawan, pendidikan karyawan, kebutuhan keluarga dan rekreasi karyawan, menambah dan

memperluas hak-hak karyawan, usaha untuk mendorong partisipasi, perbaikan pensiun, beasiswa, bantuan pada sekolah, pendirian sekolah, membantu pendidikan tinggi, riset dan pengembangan, pengangkatan pegawai dari kelompok miskin, peningkatan karir karyawan.

3. Praktis bisnis yang jujur, antara lain: memperhatikan hak-hak karyawan wanita, jujur dalam iklan, kredit, servis, produk, jaminan, mengontrol kualitas produk, pemerintah, universitas, pembangunan lokasi rekreasi.
4. Membantu masyarakat lingkungan antara lain: memanfaatkan tenaga ahli perusahaan dalam mengatasi masalah sosial di lingkungannya, tidak campur tangan dalam struktur masyarakat, membangun klinik kesehatan, sekolah, rumah ibadah, perbaikan desa atau kota, sumbangan kegiatan sosial masyarakat, perbaikan perumahan desa, bantuan dana, perbaikan sarana pengangkutan pasar.
5. Kegiatan seni dan kebudayaan, antara lain: membantu lembaga seni dan budaya, sponsor kegiatan seni dan budaya, penggunaan seni dan budaya dalam iklan, merekrut tenaga yang berbakat seni dan olah raga.
6. Hubungan dengan pemegang saham, antara lain: sifat keterbukaan direksi pada semua persero, peningkatan pengungkapan informasi dalam laporan keuangan, pengungkapan keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial.
7. Hubungan dengan pemerintah, antara lain: mentaati peraturan pemerintah, membatasi kegiatan-kegiatan *lobbying*, mengontrol kegiatan politik perusahaan, membantu lembaga pemerintah sesuai dengan kemampuan perusahaan, membantu secara umum peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat, membantu proyek dan kebijakan pemerintah, meningkatkan produktivitas sector informal, pengembangan dan inovasi manajemen.

Menurut Gloutier dalam Zuhroh dan Sukmawati (2003:1316), tema-tema yang diungkapkan dalam wacana akuntansi tanggungjawab sosial adalah:

1. Kemasyarakatan
Tema ini mencakup aktivitas kemasyarakatan yang diikuti oleh perusahaan, misalnya aktivitas yang terikat dengan kesehatan, pendidikan, dan seni, serta pengungkapan aktivitas kemasyarakatan lainnya.
2. Ketenagakerjaan
Tema ini meliputi dampak aktivitas perusahaan pada orang-orang dalam perusahaan tersebut. aktivitas tersebut meliputi rekrutmen, program pelatihan, gaji dan tunjangan, mutasi dan promosi, dan lainnya.
3. Produk dan konsumen
Tema ini melibatkan aspek kualitatif suatu produk atau jasa, antara lain kegunaan, *durability*, pelayanan, kepuasan pelanggan, kejujuran dalam iklan, kejelasan atau kelengkapan isi pada kemasan dan lainnya.
4. Lingkungan hidup
Tema ini meliputi aspek lingkungan dari proses produksi, yang meliputi pengendalian polusi dalam menjalankan operasi bisnis, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat pemrosesan sumber daya alam dan konversi sumber daya alam.

Untuk mengetahui apakah suatu informasi yang diungkapkan telah diungkapkan dengan benar dan memadai sehingga mencerminkan hasil operasi perusahaan, maka perlu dilakukan pengukuran terhadap indeks pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (Zuhroh dan Sukmawati, 2003:1316). Hal tersebut sesuai dengan pendapat (Ayem, 2006:59) yang menyatakan bahwa indeks pengungkapan banyak digunakan dalam mengukur kualitas pengungkapan. Indeks pengungkapan merupakan rasio antara jumlah item informasi yang dipenuhi dengan jumlah item yang mungkin dipenuhi (Ayem, 2006:59). Pengukuran indeks

pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dilakukan dengan memeriksa kumpulan item pengungkapan (Zuhroh dan Sukmawati, 2003:1316).

Terdapat Undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mengenai Tanggungjawab sosial dan lingkungan (Pasal 74), berisi:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan.
2. Tanggungjawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan dan dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana di maksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggungjawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Ukuran (*size*) perusahaan

Size perusahaan adalah suatu skala di mana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, nilai pasar saham, dan lain-lain (Suwito dan Herawaty, 2005:138). *Size* perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan (Sembiring, 2006:71). Hal ini menyebabkan ukuran atau *size* perusahaan dapat digunakan untuk menggambarkan karakteristik perusahaan.

Menurut Sembiring (2005:71) perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. hal tersebut didukung oleh Cowen *et. al.*, (1987) dalam Sembiring (2005:76) yang menyatakan bahwa secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan akan semakin luas.

Terdapat beberapa penjelasan mengenai pengaruh ukuran perusahaan (*Size*) terhadap kualitas ungkapan, namun sebenarnya landasan teoritis mengenai pengaruh *size* ini tidaklah terlalu jelas. Walaupun begitu, berbagai penelitian empiris yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh total aktiva hampir selalu konsisten dan secara statistik signifikan. Beberapa penjelasan yang mungkin dapat menjelaskan fenomena ini adalah bahwa perusahaan besar mempunyai biaya informasi yang rendah, perusahaan besar juga mempunyai kompleksitas dan dasar pemilikan yang lebih luas dibanding perusahaan kecil. *Size* perusahaan merupakan variabel independen yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan keuangan perusahaan.

Menurut Sawir (2004:101-102) ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan dalam hampir setiap studi untuk alasan yang berbeda, hasil disebabkan:

1. Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. Perusahaan kecil umumnya kekurangan akses ke pasar modal yang terorganisir, baik untuk obligasi maupun saham. Meskipun mereka memiliki akses, biaya peluncuran dari penjualan sejumlah kecil sekuritas dapat menjadi penghambat. Jika penerbitan sekuritas dapat dilakukan, sekuritas perusahaan kecil mungkin kurang dapat dipasarkan sehingga membutuhkan penentuan harga sedemikian rupa agar investor mendapatkan hasil yang memberikan return lebih tinggi secara signifikan.
2. Ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar-menawar dalam kontrak keuangan. Perusahaan besar biasanya dapat memilih pendanaan dari berbagai bentuk hutang, termasuk penawaran spesial yang lebih menguntungkan dibandingkan yang ditawarkan

perusahaan kecil. Semakin besar jumlah uang yang digunakan, semakin besar kemungkinan pembuatan kontrak yang dirancang sesuai dengan preferensi kedua pihak sebagai ganti dari penggunaan kontrak standar hutang.

3. Ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan return membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba. Pada akhirnya, ukuran perusahaan diikuti oleh karakteristik lain yang mempengaruhi struktur keuangan. Karakteristik lain tersebut seperti perusahaan sering tidak mempunyai staf khusus, tidak menggunakan rencana keuangan, dan tidak mengembangkan sistem akuntansi mereka menjadi suatu sistem manajemen. Ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan penjualan, total aktiva, tenaga kerja, dan lain-lain, yang semuanya berkorelasi tinggi (Machfoedz, 1994).

Ukuran perusahaan akan mempengaruhi struktur pendanaan perusahaan. Hal ini menyebabkan kecenderungan perusahaan memerlukan dana yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Kebutuhan akan pendanaan yang lebih besar memiliki kecenderungan bahwa perusahaan menginginkan pertumbuhan dalam laba. Kebutuhan dana yang besar mengindikasikan bahwa perusahaan menginginkan pertumbuhan laba dan juga pertumbuhan tingkat pengembalian saham (Fama dan French, 1992) dalam Dewi (2010).

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan ukuran penting untuk menilai sehat atau tidaknya perusahaan yang mempengaruhi investor untuk membuat keputusan (Suwito dan Herawaty, 2005:138-139). Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sugiyarso dan Winarni, 2005:118). Berdasarkan hal tersebut, maka profitabilitas dapat digunakan untuk menggambarkan karakteristik suatu perusahaan.

Beberapa penelitian atas hubungan profitabilitas dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan menunjukkan hasil yang beragam. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Donovan dan Gibson (2000; dalam Sembiring, 2005:73) profitabilitas perusahaan memiliki hubungan yang negatif dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Donovan dan Gibson (2000; dalam Sembiring, 2005:77) menyatakan bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan. Hal ini berbeda dengan penelitian Heinze (1976; dalam Anggraini, 2006:10) yang menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Bowman & Haire, 1976; dalam Anggraini, 2006:10). Pernyataan tersebut juga sesuai dengan pernyataan Shingvi dan Desai (1971; dalam Simanjuntak dan Widiastuti, 2004) mengutarakan bahwa rentabilitas dan *profit margin* yang tinggi akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang lebih terinci, sebab mereka ingin menyakinkan investor terhadap profitabilitas perusahaan dan mendorong kompensasi terhadap manajemen. Menurut Anggraini (2006:12) profitabilitas perusahaan diukur dengan laba bersih/pendapatan (*Net Profit Margin*).

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2007-2008. Total populasi yang ada sebesar 17 perusahaan dengan menggunakan metode *purposive sampling* diperoleh sampel yang memenuhi kriteria adalah sebesar 9 perusahaan. Total sampel sebanyak 9 perusahaan ini

dipilih karena termasuk dalam kriteria perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2007-2008 yang memiliki laporan tahunan lengkap. Secara rinci ke 9 perusahaan dapat dilihat seperti pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Nama Perusahaan

No	Nama Perusahaan
1	PT. Aqua Golden Mississippi
2	PT. Cahaya Kalbar Tbk
4	PT. Delta Djakarta Tbk
5	PT. Fast Food Indonesia Tbk
8	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk
9	PT. Pioneerindo Gourmet Inter. Tbk
10	PT. Prasadha Aneka Niaga Tbk
11	PT. Sekar Laut, Tbk
12	PT. Siantar Top Tbk

Sumber: Data di Bursa Efek Indonesia

Analisis Data

Uji Normalitas

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Pengujian ini menggunakan uji normalitas dengan *normal probably plot of standardized residual*. Dari perhitungan karakteristik pengungkapan tanggung jawab sosial, kemudian untuk mengetahui distribusinya maka dilakukan tes normalitas (uji Kolmogorov Smirnov), apabila didapatkan $p > 0,05$ berarti data tersebut distribusinya normal sehingga dapat dilanjutkan dengan analisa statistik menggunakan regresi linier berganda. Ternyata diperoleh bahwa untuk X_1 , X_2 dan Y adalah terdistribusi normal, seperti terlihat pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	X2	Y
N		9	9	9
Normal Parameters(a,b)	Mean	5.5556	.0457	.4811
	Std. Deviation	.39545	.04787	.03586
Most Extreme Differences	Absolute	.270	.295	.399
	Positive	.142	.295	.399
	Negative	-.270	-.175	-.193
Kolmogorov-Smirnov Z		.811	.885	1.198
Asymp. Sig. (2-tailed)		.526	.414	.113

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Berdasarkan Tabel 2 diperoleh nilai asymp.Sig pada masing-masing variabel X_1 , X_2 dan Y sebesar 0.000. Artinya variabel X_1 , X_2 dan Y terdistribusi normal. Karena nilai sig. yang di atas 0.05, yang berarti semua data terdistribusi normal.

Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian Asumsi klasik untuk mengetahui apakah data yang digunakan telah bebas dari masalah multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Jika asumsi klasik tidak terpenuhi akan menyebabkan bias pada hasil penelitian Asumsi pertama mengenai ada

tidaknya Multikolinieritas antar variabel-variabel independen. Cara yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode korelasi berpasangan antar variabel. Pengujian dilakukan dengan SPSS 23.00 *for windows*

(1). Uji Multikolinieritas

Pengujian terhadap multikolinieritas dilakukan guna mengetahui apakah variabel bebas tersebut tidak saling berkorelasi atau ada hubungan linier diantara variabel-variabel bebas dalam model regresi yang digunakan. Salah satu cara mendeteksi multikolinieritas adalah dengan mempergunakan uji korelasi Pearson. Apabila koefisien korelasi bermakna maka hal itu berarti pada variabel bebas terjadi multikolinieritas.

Analisis itu perlu dilakukan sebab apabila hal itu terjadi maka akan sulit diketahui variabel bebas manakah yang mempengaruhi variabel terikatnya. Diagnosis secara sederhana terhadap adanya multikolinieritas di dalam model regresi berganda adalah dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor* atau VIF, bahwa satu data terjadi multikolinieritas apabila nilai VIF-nya lebih besar dari 1 dan lebih kecil dari 10.

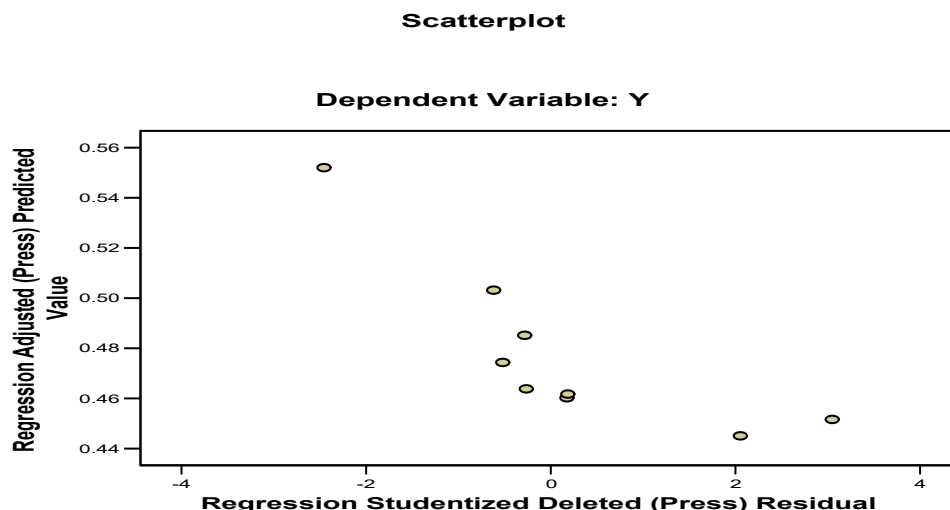
Tabel 3. Nilai-nilai *Variance Inflation Factor*

No	Variabel	Nilai VIF
1	X ₁	1.076
2	X ₂	1.076

Hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak terjadi adanya gejala multikolinieritas karena nilai VIF lebih besar dari satu dan lebih kecil 10.

(2). Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan melalui analisis grafik *scatterplot*. Jika grafik *scatterplot* memiliki pola distribusi data yang membentuk suatu pola tertentu maka menunjukkan homoskedastik. Sebaliknya, jika pola grafik *scatterplot* tidak membentuk suatu pola tertentu atau secara acak maka menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Pola yang acak pada grafik seperti yang tampak pada gambar di bawah menunjukkan model regresi linear tidak memenuhi asumsi heteroskedastisitas. Jadi, uji heteroskedastik melalui grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa model regresi linear berganda memenuhi asumsi heteroskedastisitas.



Gambar 1. Uji Heterokedasitas.

(3). Uji Autokorelasi

Salah satu asumsi regresi linier adalah tidak terdapatnya autolorelasi. Autokorelasi adalah korelasi antara sesama urutan pengamatan dari waktu ke waktu atau dengan kata lain munculnya data berikutnya dipengaruhi oleh besarnya data sebelumnya. Gejala autokorelasi

ini sering terjadi pada data yang bersifat runtut waktu (*time series*) daripada data *cross section*. Untuk menguji apakah terdapat autokorelasi atau tidak, pendekatan umum yang digunakan adalah konstanta Durbin-Watson (Dw). Hasil pengujian regresi selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 2, dan diringkas pada tabel 4 di bawah ini.

Untuk melihat ada tidaknya auto korelasi dalam penelitian ini, dilakukan pengujian dengan metode Durbin Watson yaitu dengan melihat angka Durbin Watson dalam hasil perhitungan Tabel 4 dimana angka Durbin Watson sebesar 1,818.

Tabel 4. Uji Autokorelasi pada Variabel

Variabel	Durbin-Watson	Keterangan
X ₁	1,834	Tanpa kesimpulan
X ₂	1,834	Tanpa kesimpulan

Berdasarkan kriteria penentuan ada tidaknya auto korelasi dalam suatu hasil penelitian telah dikemukakan oleh (Algifari, 2000:120) sebagai berikut Angka Durbin Watson 2,469 telah terjadi auto korelasi

Persamaan Regresi Linier Berganda

Hasil-hasil perhitungan dalam analisis ini menggunakan program SPSS 12.0 for Windows. Dari data yang tersedia pada Lampiran 2 diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,253 + 0,052 X_1 - 1,418 X_2$$

Dari persamaan di atas, nilai konstanta (a) sebesar 0,253 mempunyai makna bahwa bila ukuran perusahaan (X₁), Profitabilitas (X₂) dan Ukuran dewan komisaris (X₃), maka pengungkapan tanggungjawab sosial (Y) adalah sebesar 0,468.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan alat bantu program SPSS versi 12.0 maka diperoleh hasil sebagaimana diperlihatkan dibawah ini. Ukuran perusahaan (X₁), Profitabilitas (X₂) dan Ukuran dewan komisaris (X₃), serta Pengungkapan tanggungjawab sosial (Y).

Tabel 5. Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Regression Coefficient	t hitung	Signifikansi (p-value)	Keterangan
Konstanta	0,253	1,074	0,302	
Ukuran perusahaan (X ₁)	0,052	1,291	0,219	Tidak signifikan
Profitabilitas (X ₂)	-1,418	-2,017	0,010	signifikan
F _{hitung} = 4,605, signifikan = 0,031				
R ² = 0,415				

Berdasarkan Tabel 5 untuk menguji signifikan atau tidak pengaruh ukuran perusahaan (X₁) dan profitabilitas (X₂) terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial (Y) maka dilakukan pengujian uji F. Dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 5% atau 0,05. Adapun hasil regresi berganda diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,031 (p<0,05) berarti variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Dengan demikian maka H₀ ditolak dan H₁ diterima atau dengan kata lain ukuran perusahaan (X₁), profitabilitas (X₂) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial (Y).

Berdasarkan Tabel 4 diperoleh bahwa persamaan linier regresi berganda mempunyai nilai koefisien korelasi bernilai positif, sehingga dapat diartikan bahwa hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat membentuk garis linier positif. Artinya setiap kenaikan variabel bebas akan diikuti oleh kenaikan variabel terikat.

Setiap kenaikan ukuran perusahaan (X₁) akan diikuti kenaikan Pengungkapan tanggungjawab sosial apabila profitabilitas (X₂) dianggap tetap. Setiap kenaikan

profitabilitas (X_2) akan diikuti kenaikan Pengungkapan tanggungjawab sosial apabila ukuran perusahaan (X_1) dianggap tetap.

Pembahasan

Teori agensi menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas (Sembiring, 2005). Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (X_1) terbukti mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel ukuran perusahaan terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Ukuran perusahaan tidak memberikan pengaruh bagi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia. Hal ini mungkin disebabkan pandangan perusahaan ukuran besar yang menganggap efektifitas pengungkapan CSR. Artinya pengungkapan aktivitas ini dapat dianggap sebagai kebijakan yang akan berdampak positif di masa yang akan datang. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005). Ketidaksamaan hasil yang diperoleh mungkin dikarenakan perbedaan proksi yang digunakan. *Log of net sales* digunakan oleh Sembiring (2005).

Pada variabel profitabilitas (X_2) berpengaruh terhadap terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini disebabkan bahwa ketika perusahaan 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, manajemen berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan demikian bahwa profitabilitas tidak berpengaruh

Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat dibuat simpulan sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sebab ukuran perusahaan semakin besar akan meningkatkan biaya pengungkapan yang lebih besar secara politis sebagai wujud tanggungjawab sosial.
2. Profitabilitas terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sebab semakin tinggi profitabilitas, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya dapat dibuat beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan lebih variatif dalam mengungkapkan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunannya.
2. Periode penelitian yang hanya menggunakan dua periode yaitu 2007 dan 2008, mungkin kurang dapat menggambarkan pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, 2000, *Analisis Regresi Teori, Kasus dan Solusi*, Edisi 2, Yogyakarta: BPFE.
- Anggraini, Fr.R.R., 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 Akunransi 9Padang*, Agustus: 1-21.
- Ghozali, I., 2007, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Universitas Diponegoro Semarang.
- Sembiring, E., 2005, Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta, *Jurnal Maksi*, Vol. 6, No. 1, Januari: 60-68.
- Suharto, E., 2007, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri Memperkuat Tanggungjawab Sosial*, Bandung: Retika Aditama.
- Suwito, E., dan A. Herawaty, 2005, Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Perataan Laba yang dilakukan oleh Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta, *SNA VII Solo*, September: 136-146.
- Undang-undang Perseroan Terbatas No 40 Tahun 2007.
- Wibisono, Y., 2007, *Membedah konsep dan Aplikasi CSR*, Gresik: Fascho Publishing.