

ANALISIS CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE DITINJAU DARI KARAKTERISTIK PERUSAHAAN

(Studi Kasus Pada Perusahaan Perbankan Yang Listing
di Bursa Efek Indonesia)

Maya Indriastuti

Chrisna Suhendi

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Email : maya.beeyantoro@yahoo.com

suhendichrisna@yahoo.co.id

ABSTRACT

Corporate social responsibility exposure is an effort of the corporation to uprise its care to the social and environmental problems concerning to the production effort and how the corporation interacts with its sktakeholder which is performed freely and being exposed in the corporation annual report publicized in Indonesian Stock Exchange. The population in this study is all of the banking industry that listing on the Stock Exchange in 2009-2011 with a sample of 21 banking companies listing on the Stock Exchange. Analysis of the data used is multiple linear regression with SPSS 19 version. The results of this study indicate that leverage has no effect on corporate social responsibility disclosure. While the profitability a significant positive effect on corporate social responsibility disclosure.

Keywords: *corporate social responsibility disclosure, profitability, leverage, banking industry, multiple linear regressions.*

PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responcibility* (CSR) dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya. Bentuk tanggung jawab diantaranya adalah dengan melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada.

Sekarang ini, perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti lapo-

ran mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting (SAK No. 1 Revisi 2011 paragraf 9). Hal ini sejalan dengan UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 74 UU RI Ayat 1 yang menyatakan bahwa: *"Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan"*.

Industri perbankan merupakan salah satu industri yang ikut berperan serta dalam pasar modal, disamping industri lainnya sep-

erti industri manufaktur pertanian, pertambangan, properti dan lain-lain. Industri perbankan adalah industri yang paling *sensitive* atau rentan terhadap keadaan luar (*ekstern*) perusahaan misalnya, keadaan sosial yang ada di sekitar perusahaan yang secara tidak langsung akan mempengaruhi kegiatan perekonomian perusahaan (Indriastuti, 2011).

Bank adalah lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*) antara pihak yang memiliki dana dan pihak yang memerlukan dana, serta sebagai lembaga yang berfungsi memperlancar lalu lintas pembayaran. (SAK 31, 2011). Bank merupakan sektor yang sangat penting dan berpengaruh di dalam dunia usaha. Banyak orang dan organisasi yang memanfaatkan jasa bank untuk menyimpan atau meminjam dana. Oleh karena itu, bank memainkan peran penting dalam memelihara kepercayaan masyarakat terhadap sistem moneter melalui kedekatan hubungannya dengan badan-badan pengatur dan instansi pemerintah. Dalam memelihara kepercayaan masyarakat tersebut, pemerintah banyak mengeluarkan peraturan di bidang perbankan.

Informasi merupakan kebutuhan yang sangat mendasar bagi para investor dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pemilihan sekuritas yang paling menguntungkan dengan tingkat risiko tertentu. Informasi yang dibutuhkan oleh investor merupakan informasi yang bersifat informatif, yaitu informasi yang memiliki karakteristik kelengkapan, relevansi, serta tepat waktu sehingga dapat mengurangi ketidakpastian. Dalam pengambilan keputusan investasi di pasar modal ada tiga jenis informasi utama (Usman, 1990) salah satunya adalah informasi yang berupa tanggungjawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan *stakeholdernya* (Epstein dan Freedman, 1994).

Penelitian tentang profitabilitas dan *leverage* yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia memunculkan hasil yang beragam dan

menarik untuk dikaji lebih dalam. Hackston dan Milne (1996); Sembiring (2005); Anggraini (2006); Rosmasita (2007); dan Sitepu dan Siregar (2009) menunjukkan hasil bahwa variabel profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sebaliknya Hakston dan Milne (1996); Miswanto dan Husnan (1999); Donovan dan Gibson (2000); utomo (2000); Murtanto (2001); Nurkhin (2002); dan Ibrahim (2009) terdapat hubungan positif antara kinerja ekonomi suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Adanya *research gap* dalam penelitian ini akan meneliti tentang praktek pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan perbankan yang listing di BEI; menguji dan mengetahui pengaruh profitabilitas dan tingkat *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan perbankan yang listing di BEI.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori keagenan (*Agency theory*) merupakan basis teori yang mendasari praktik bisnis perusahaan yang dipakai selama ini. Teori tersebut berakar dari sinergi teori ekonomi, teori keputusan, sosiologi, dan teori organisasi. Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer, dalam bentuk kontrak kerja sama yang disebut "*nexus of contract*" (Jensen Meckling, 1976).

Teori agensi menganalogikan manajemen sebagai agen dari suatu *principal*, dan pada umumnya *principal* diartikan sebagai pemegang saham atau *traditional users* lain. Teori ini menjelaskan agen (manajemen) bekerja untuk *stakeholder*, dan salah satu pekerjaan mereka adalah memberikan informasi yang terkait dengan usaha yang dijalankan (Jensen Meckling, 1976).

Hubungan keagenan merupakan suatu

kontrak antara prinsipal dengan agen (Sabeni, 2005). Masalah agensi timbul karena adanya konflik kepentingan antara *shareholders* dan manajer, karena tidak bertemunya utilitas yang maksimal antara mereka. Sebagai agen, manajer secara moral bertanggung jawab untuk mengoptimalkan keuntungan para pemilik (*principal*), namun disisi yang lain manajer juga mempunyai kepentingan memaksimalkan kesejahteraan mereka. Berkenaan dengan hal tersebut, ada kemungkinan besar agen tidak selalu bertindak demi kepentingan terbaik *principal* (Jensen dan Meckling, 1976).

Teori agensi menggunakan tiga asumsi sifat manusia yaitu: (1) manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*), (2) manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*), dan (3) manusia selalu menghindari risiko/*risk averse* (Eisenhardt dalam Ujiyantho dan Pramuka, 2007). Berdasarkan asumsi sifat dasar manusia tersebut manajer sebagai manusia akan bertindak *opportunistic*, yaitu mengutamakan kepentingan pribadinya (Sabeni, 2005).

Teori Stakeholder (Stakeholders Theory)

Teori *Stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholders*. Perusahaan berusaha mencari pembenaran dari para *stakeholders* dalam menjalankan operasi perusahaannya. Semakin kuat posisi *stakeholders*, semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholdersnya*.

Gray *et al.*, (1995) menyatakan bahwa teori *stakeholder* merupakan suatu sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengakui sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis. Robert (1992) menyatakan bahwa pengungkapan sosial perusahaan merupakan sarana yang sukses bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungan dengan *stakeholdernya*.

Teori Legimitasi

Teori legitimitasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat dimana dia berada merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat. Dalam perspektif ini, perusahaan akan menghindari adanya peregulasian suatu aspek yang dirasakan akan lebih berat dari sisi *cost* karena mereka melakukan secara sukarela.

Deegan (2002) menyatakan bahwa suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimitasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimitasi. Ashforth dan Gibbs 1990; O'Donovan 2002; dan Magness (2006) menyatakan bahwa legitimitasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility merupakan upaya perusahaan untuk meningkatkan kepedulian terhadap masalah sosial dan lingkungan dalam kegiatan usaha dan juga pada cara perusahaan berinteraksi dengan stakeholder yang dilakukan secara sukarela. Selain itu, CSR diartikan pula sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan dan masyarakat setempat (lokal) dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan (Moir, 2001; Susanto, 2003; Leimona dan Fauzi, 2008; dan Solichin, 2009).

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian optimal pasar modal secara efisien (Hendriksen, 1996). Pengungkapan terkait dengan informasi baik yang terdapat dalam laporan keuangan maupun komunikasi tambahan (*supplementary communication*) yang terdiri dari catatan kaki, informasi tentang kejadian

setelah tanggal laporan, analisis manajemen atas operasi perusahaan di masa datang, prakiraan keuangan operasi, serta informasi lainnya (Wolk dan Tearney dalam Utomo, 2000). Rosmasita (2007) menyatakan bahwa tanggung jawab adalah suatu kewajiban perusahaan yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa baik bagi masyarakat maupun juga dalam mempertahankan kualitas lingkungan sosialnya secara fisik maupun memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat dimana mereka berada.

Menurut Gray *et al.*, (1995) ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. **Pertama**, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat keuangan sebagai pemakai utama pengungkapan CSR dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan. Pendekatan alternatif **kedua** dengan meletakkan pengungkapan CSR perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan CSR dan sekaligus merupakan sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengungkapan CSR diukur dengan proksi CSRDI. Pengukuran CSRDI mengacu pada penelitian Moir (2001) yang menggunakan *content analysis* dalam mengukur *variety* dari CSRDI. Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrument penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

Tujuan Pengungkapan

Tujuan pengungkapan menurut Belkoui (2000: 219) adalah: 1. Untuk menjelaskan *item-item* yang diakui dan untuk menyediakan ukuran yang relevan bagi *item-item* tersebut, selain ukuran dalam laporan keuangan. 2. Untuk menjelaskan *item-item* yang belum diakui dan untuk menyediakan ukuran yang bermanfaat bagi *item-item* tersebut. 3. Untuk menyediakan informasi untuk membantu investor dan kreditor dalam menentukan resiko dan *item-item* yang potensial untuk diakui dan yang belum diakui. 4. Untuk menyediakan informasi penting yang dapat digunakan oleh pengguna laporan keuangan untuk membandingkan antarperusahaan dan antar tahun. 5. Untuk menyediakan informasi mengenai aliran kas masuk dan keluar di masa mendatang. 6. Untuk membantu investor dalam menetapkan *return* dan investasinya.

Luas Pengungkapan

Keluasan pengungkapan adalah salah satu bentuk kualitas pengungkapan. Hendriksen (1996: 204) menyatakan bahwa tingginya kualitas informasi akuntansi sangat berkaitan dengan tingkat kelengkapan pengungkapan. Ada tiga konsep mengenai luas pengungkapan yaitu *adequate*, *fair* dan *full disclosure*. Konsep yang paling sering dipraktekkan adalah pengungkapan yang cukup (*adequate disclosure*), yaitu pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh peraturan yang berlaku, di mana pada tingkat pengungkapan ini investor dapat menginterpretasikan angka-angka dalam laporan keuangan dengan benar.

Pengungkapan yang *fair* (*fair disclosure*) mengandung sasaran etis dengan menyediakan informasi yang layak terhadap pembaca (investor) potensial. Pengungkapan penuh (*full disclosure*) merupakan pengungkapan atas semua informasi yang relevan. Menurut Gray *et al.*, (1995) ada dua jenis pengungkapan dalam hubungannya dengan persyaratan yang ditetapkan oleh standar, yakni: (1) pengungkapan wajib

(*mandatory disclosure*), yaitu pengungkapan informasi yang diharuskan oleh peraturan yang berlaku. Jika perusahaan tidak bersedia untuk mengungkap informasi secara sukarela, pengungkapan wajib akan memaksa perusahaan untuk mengungkapkannya; (2) pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*), merupakan pilihan bebas manajemen perusahaan untuk memberikan informasi akuntansi dan informasi lainnya yang dipandang relevan untuk pembuatan keputusan oleh pemakai laporan tahunannya.

Kategori Pengungkapan

Kategori pengungkapan yang dikembangkan dalam wacana akuntansi pertanggungjawaban adalah kategori yang terkait dengan *stakeholders*. Menurut Hackston dan Milne (1996) dan Sembiring (2003) kategori pengungkapan pertanggungjawaban sosial dibagi menjadi tujuh kategori yang meliputi lingkungan, energi, produk/konsumen, masyarakat, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja dan umum.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian teoritis dan tinjauan penelitian terdahulu maka penelitian ini dilakukan untuk memberi gambaran tentang praktik pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan perbankan yang *go public* di Bursa Efek Indonesia dan mengetahui pengaruh profitabilitas dan tingkat *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Heinze (1976) dalam Hakston & Milne (1996) terdapat hubungan positif antara

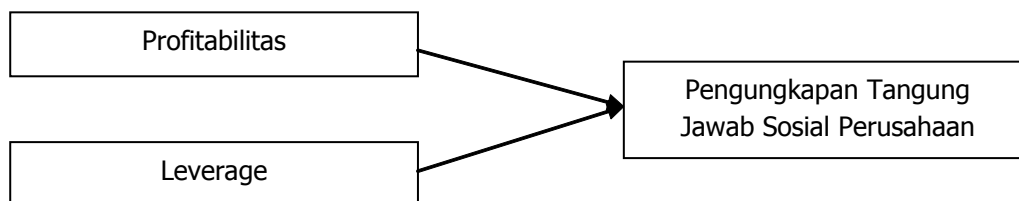
kinerja ekonomi suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Donovan dan Gibson (2000) dan Sembiring (2005) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan 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, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan *Return On Assets* (ROA) (Sulastini, 2007).

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Pendapat lain mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage*, kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan (Anggraeni, 2006). Dalam penelitian ini digunakan *Leverage Ratio* (LEV).

Berdasarkan uraian diatas maka kerangka pemikiran dapat dilihat pada gambar 2.1 dibawah ini :

Profitabilitas dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Heinze (1976) dalam Hackston & Milne (1996) dan Sulastini (2007), menyatakan



Gambar 1
Kerangka Pemikiran Teoritis

bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Bowman dan Haire (1976); Preston (1978) dalam Hackston & Milne (1996)). Hackston dan Milne (1996) ; Sembiring (2005), Anggraini (2006), Rosmasita (2007), Sulastini (2007) dan Marpaung (2009) menemukan tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat profitabilitas dengan pengungkapan informasi sosial. Sebaliknya Marwata (2001); Nurkhin (2002); Sitepu dan Siregar (2009); dan Ibrahim (2009) menemukan hubungan yang signifikan antara tingkat profitabilitas dengan pengungkapan informasi sosial

Variabel profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Return On Asset* (ROA). ROA adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan aktiva untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total. Rasio ini merupakan rasio yang terpenting untuk mengetahui profitabilitas suatu perusahaan. *Return on asset* merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

H1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Tingkat *Leverage* dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Tingkat *leverage* adalah untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain. Perusahaan yang mempunyai proporsi utang lebih banyak dalam struktur permodalannya akan mempunyai biaya keagenan yang lebih besar. Oleh karena itu, perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi krediturnya (Suripto (1998) dan Amalia (2005)). Semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio hutang/aset)

semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi (Belkaoui dan Karpik (1989), supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial).

Belkaoui dan Karpik (1989) menyatakan bahwa keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*.

Sembiring (2005), Amalia (2005), Anggraini (2006), Rosmasita (2007) dan Sitepu dan Siregar (2009) menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial perusahaan, namun berbeda dengan hasil penelitian Miswanto dan Husnan (1999); Fitriani (2001); Marwata (2001); Nurkhin (2002); dan Ibrahim (2009) menyatakan bahwa *leverage* dapat mempengaruhi pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

H2 : *Leverage* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan perbankan yang *go public* di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2009-2011. Perusahaan perbankan yang *go public* di BEI digunakan sebagai objek karena perusahaan tersebut mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan tahunan kepada pihak luar perusahaan.

Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *judgement sampling*, yaitu salah satu bentuk *purposive sampling* dengan mengambil sampel yang telah ditentukan

sebelumnya berdasarkan maksud dan tujuan penelitian.

Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian sampel adalah: 1). Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI dan sahamnya aktif diperdagangkan selama periode 2009-2011. 2). Perusahaan tersebut menerbitkan laporan keuangan tahunan periode 2009-2011 serta menyerahkan laporan tahunannya tersebut kepada BAPEPAM dan telah mempublikasikannya berturut-turut. 3). Informasi pengungkapan sosial diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan yang bersangkutan selama periode 2009-2011.

Dari kriteria diatas diperoleh jumlah sampel pada tiap tahun sebanyak 21 industri perbankan, dimana sampel yang diambil adalah saham-saham perusahaan yang tercatat di BEI dengan pertimbangan bahwa BEI merupakan bursa terbesar di Indonesia, selain itu juga karena lengkapnya data dan kemudahan dalam perolehan data, sedangkan sampel yang dipilih adalah saham perusahaan perbankan yang terdaftar dan aktif diperdagangkan di BEI dengan periode pengamatan dari tahun 2009-2011.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bersumber dari laporan tahunan yang didapat melalui www.jsx.co.id guna mendapatkan data-data profitabilitas dan *leverage* perusahaan perbankan tahun 2009-2011 dan data *annual report* perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011.

Definisi dan Pengukuran Variabel

Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah pengungkapan informasi lingkungan dan sosial dalam laporan tahunan perusahaan yang bersangkutan yang diukur melalui pengungkapan sosial laporan tahunan yang dilakukan dengan pengamatan mengenai ada tidaknya suatu item informasi yang ditentukan dalam laporan tahunan

ataupun pada *sustainability report*, apabila item informasi tidak ada maka diberi skor 0, dan jika item informasi yang ditentukan ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 1.

Checklist ini dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang mencakup tujuh kategori, yaitu; lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Kategori ini diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996) dan Sembiring (2005). Ketujuh kategori tersebut terbagi dalam 90 item pengungkapan. 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 dengan kondisi di Indonesia sehingga secara total tersisa 78 item pengungkapan. Tujuh puluh delapan item tersebut kemudian disesuaikan kembali dengan masing-masing sektor industri sehingga item pengungkapan yang diharapkan dari setiap sector berbeda-beda.

Sedangkan untuk variabel independen, penelitian ini menggunakan variabel Profitabilitas dan Leverage. Variabel profitabilitas menggunakan indikator ROA. *Return on assets* merupakan salah satu rasio profitabilitas yang mengukur efektifitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. ROA dapat dihitung dari perbandingan laba bersih setelah pajak dengan total aktiva perusahaan (Robert Ang, 1997), sedangkan variabel leverage merupakan perbandingan antara total hutang dengan total aktiva (Ang, 1997).

MODEL PENELITIAN

Dalam menjelaskan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen, model yang digunakan adalah model regresi linier berganda. Untuk menguji hipotesis 1 dan 2 digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{CSRSD} = \beta + \beta_1 \text{PRO} + \beta_2 \text{LEV} + \varepsilon$$

dimana:

- CSRSD = Corporate social responsibility disclosure
 PRO = Profitabilitas
 LEV = Tingkat Leverage
 ε = Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis regresi berganda dengan variabel terikat CSRSD dan dua variabel bebas yang terdiri dari profitabilitas dan leverage serta koefisien regresi sebagaimana tercantum pada tabel 2 berikut ini :

yang berarti semakin tinggi tingkat leverage maka pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan akan meningkat dengan asumsi variabel lain yang konstan.

3. Nilai F hitung sebesar 2,368 ($\alpha = 0,000$)

Tabel 1

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	R ²	Adjusted R ²	F Statistik
	B	Std. Error	Beta					
Constant	0,351	1,260		1,207	0,054			
PRO	1,298	0,333	-0,434	1,525	0,002	0,382	0,7564	0,000
LEV	1,230	0,230	0,465	1,406	0,364			

Sumber: Output SPSS 2012

$$\text{CSRSD} = 0,351 + 1,298 \text{ROA} + 1,230 \text{LEV} + e$$

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Profitabilitas dengan indikator ROA bertanda positif, artinya koefisien tersebut mengindikasikan adanya korelasi positif antara variabel profitabilitas terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan yang berarti semakin tinggi nilai profitabilitas yakni nilai ROA-nya maka pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan akan meningkat dengan asumsi variabel lain yang konstan.
2. Tingkat leverage bertanda positif, artinya koefisien tersebut mengindikasikan adanya korelasi positif antara variabel Tingkat leverage terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan

tersebut mengindikasikan bahwa variabel-variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel terikat.

4. Nilai koefisien determinasi yang dilihat dari *R Square adjusted* sebesar 0,7564 atau sebesar 75,64%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa 75,64% dimensi pengungkapan tanggungjawab sosial (CSRSD) dapat dijelaskan oleh profitabilitas (ROA) dan tingkat leverage secara bersama-sama, sedangkan sebanyak 24,36% dipengaruhi oleh variabel lain di luar kedua variabel bebas tersebut.
5. Variabel profitabilitas (ROA) dan tingkat leverage masing-masing berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSRSD) yakni sebesar 0,002 dan 0,364 ($\alpha < 5\%$)

Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Hipotesis pertama yang menyatakan profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) terbukti. Berdasarkan hasil analisis nilai t hitung sebesar 1,525 dengan taraf signifikansi (β) sebesar 0.002. Dengan demikian, H1 diterima artinya profitabilitas (ROA) memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan terbukti signifikansi kurang dari 5%.

Hasil tersebut mengindikasikan adanya korelasi positif antara variabel profitabilitas (ROA) terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) yang berarti semakin tinggi dimensi profitabilitas (ROA) maka pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) akan meningkat juga dengan asumsi variabel lain yang konstan.

Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Hipotesis kedua menyatakan tingkat *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) terbukti. Berdasarkan hasil analisis nilai t hitung sebesar 1,406 dengan taraf signifikansi (β) sebesar 0.364. Dengan demikian, H2 ditolak artinya tingkat *leverage* tidak berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) karena terbukti signifikansi lebih dari 5%.

Hasil tersebut mengindikasikan adanya korelasi positif antara variabel tingkat *leverage* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) yang berarti semakin tinggi dimensi tingkat *leverage* maka pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) akan meningkat dengan asumsi variabel lain yang konstan.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (CSR)

Hasil pengujian SPSS, nilai profitabili-

tas (ROA) adalah $\beta_2 = 1,525$ dan nilai sig = 0,002 yang berarti lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,002 < 0,05$). Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa **H1 diterima** artinya profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas tinggi akan mengungkapkan informasi CSR yang telah dilakukan. Hal ini dikarenakan persepsi atau anggapan bahwa aktivitas CSR bukanlah aktivitas yang merugikan dan tidak bermanfaat bagi keberlangsungan perusahaan. Melainkan aktivitas CSR merupakan langkah strategis jangka panjang yang akan memberikan efek positif bagi perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bowman dan Haire (1976); Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996); Fitriani (2001) dan Sitepu (2009) yang menyatakan semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Hasil ini juga mendukung penelitian Heinze (1976) dalam Hackston dan Milne (1996) mengenai pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan informasi sosial, yang mengatakan bahwa dengan semakin tingginya tingkat profitabilitas perusahaan maka jumlah informasi sosial yang diungkapkan juga akan semakin besar.

Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Sembiring (2005), Anggraini (2006), Rosmasita (2007), Sulastini (2007) dan Marpaung (2009), menemukan bahwa profitabilitas tidak terbukti mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial perusahaan.

Pengaruh Tingkat Leverage terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (CSR)

Nilai *leverage* (LEV) berdasarkan pengujian SPSS menunjukkan nilai $\beta_3 = 1,406$ dan nilai sig = 0,364 yang berarti lebih besar dari $\alpha = 0,05$ ($0,364 > 0,05$).

Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa **H2 ditolak** artinya *leverage* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Artinya, tinggi rendahnya tingkat *leverage* perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil ini sejalan dengan Sembiring (2005), Amalia (2005), Anggraeni (2006), Rosmasita (2007) dan Sitepu (2009) yang tidak menemukan adanya hubungan yang signifikan antara tingkat *leverage* perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Leverage tidak memiliki pengaruh dengan tanggung jawab sosial dapat diartikan bahwa suatu perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi (hutang) maka perusahaan akan berusaha untuk mengurangi biaya-biaya yang dianggap kurang penting, salah satunya adalah biaya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Hal ini dilakukan karena perusahaan memiliki kewajiban kepada pihak kreditur untuk melunasi semua kewajiban perusahaannya terlebih dahulu.

Schlenker (1980); Marwata (2001); Gray, *et al.*, (1995) dan Fitriani (2001) berpendapat bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Pendapat lain mengatakan bahwa 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 (Belkaoui & Karpik, 1989; dan Anggraeni, 2006).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Sebagian besar perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2011 telah membuat laporan tahunan namun hanya 21 bank yang mengungkapkan CSR di dalam laporannya. Praktik pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan perbankan di Indonesia bisa dikatakan baik karena rata-rata pengungkapan hanya sebesar 75,64% dari seluruh total pengungkapan.

Variabel profitabilitas dan tingkat *leverage* secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan perbankan di Indonesia.

Secara parsial pengaruh masing-masing variabel independen adalah sebagai berikut: a. profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan perbankan. b. tingkat *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan perbankan.

Saran

Adapun saran untuk penelitian selanjutnya, diantaranya:

Penambahan atau penggunaan variabel lain untuk menjelaskan jumlah pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan. 1. Penggunaan jumlah sampel yang lebih besar dan item-item pengungkapan tanggung jawab sosial hendaknya senantiasa diperbaharui sesuai dengan kondisi masyarakat serta peraturan yang berlaku. 2. Pengungkapan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial hendaknya diungkap lebih terbuka di dalam laporan tahunannya. 3. Memperhatikan lingkungan social yang ada di sekitarnya, mengingat antara perusahaan dan masyarakat saling memiliki kepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Dessy. (2005), "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Sukarela (Voluntary Disclosure) pada Laporan Tahunan Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta". *Jurnal Akuntansi Pemerintah* Vol. 1, No. 2, November 2005.
- Angraini., Reni, Retno. (2006), "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta)", *Simposium Nasional Akuntansi IX*, Padang, 23-26 Agustus.
- Ashforth, B. E. and B. W. Gibbs. (1990), "*The Double-Edge of Organizational Legitimation.*" *Organization Science*, 1, pp.177-194.
- Belkaoui, Ahmed Riahi. (2000), "*Teori Akuntansi*". Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Belkaoui. A, dan Karpik. P.G (1989), "Determinants of the Corporate Decision to Disclose Social Information". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 1, No.1.
- Deegan, C, (2002), "The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosure – A Theoretical Foundation", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 15, No. 3
- Donovan, Gary dan Gibson, Kathy. (2000), "Environmental Disclosure in the Corporate Annual Report: A Longitudinal Australian Study". *Paper for Presentation in the 6th Interdisciplinary Environmental Association Conference*, Montreal, Canada.
- Epstein, M J dan M. Freedman, (1994), "Social Disclosure and the Individual Investor", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 7, No. 4, Hal. 94-109
- Fitriani, (2001), Signifikansi Perbedaan Tingkat Kelengkapan Pengungkapan Wajib dan Sukarela pada Laporan Keuangan Perusahaan Publik yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta, *Simposium Nasional Akuntansi IV*, Bandung.
- Ghozali, Imam. (2011), "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*". Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gray, R; R. Kouhy; dan S. Lavers, (1995), "Corporate Social and Environmental Reporting. A Review of the Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 8, No. 2, Hal. 47-77
- Hackston, David and Milne Markus J., (1996), Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 9 No. 1, p. 77-100.
- Hendriksen, Eldon S, (1996), "*Teori Akuntansi*", Penerbit AK Group, Yogyakarta.
- Ibrahim, Taufan. (2009), "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility". *Paper*. FE Universitas Gunadarma. Depok.
- Indriastuti, Maya. (2011), "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Praktek Pengungkapan Lingkungan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di BEI)". *Jurnal Riset dan Bisnis Indonesia*.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2011), "*Standar Akuntansi Keuangan*". Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Jensen, M.C dan Meckling, W.H. (1976), "Theory of the firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure". *Journal of Financial Economics*. October. Vol. 3. No. 4. pp. 305-360.
- Leimona, Beria., Aunul, Fauzi. (2008), "*CSR dan Pelestarian Lingkungan*". Penerbit Indonesia Business Links. Jakarta.

- Magness, V, (2006), "Strategic Posture, Financial Performance and Environmental Disclosure. An Empirical Test of Legitimacy Theory", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 19, No. 4, Hal. 540-563
- Marpaung, Anggita Zoraya. (2009), "*Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan sosial (social disclosure) dalam laporan keuangan tahunan*". FE USU Medan.
- Marwata. (2001), "Hubungan Antara Karakteristik Perusahaan dan Kualitas Ungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan Perusahaan Publik di Indonesia". *Simposium Nasional Akuntansi IV*. Bandung.
- Miswanto,. Husnan, Suad. (1999), "The effect of operating leverage, cyclical, and firm size on business risk", *Gadjah Mada International Journal of Business*, Vol. 1, No.1.
- Moir, L, (2001), "What Do We Mean By CSR?", *Corporate Governance*, Vol. 1, No.2, Hal. 16-22
- Murtanto, Henny. (2001), "Analisis Pengungkapan Sosial Pada Laporan Tahunan", *Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi*. Vol.1, No. 2, pp. 21-48.
- Nurkhin, Ahmad. (2002), "*Corporate Governance dan Profitabilitas, Pengaruhnya terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta)*".
- O'Donovan, G, (2002), "Environmental Disclosure in the Annual Report, Extending the Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 15, No. 3, Hal. 344-371
- Roberts, R. W. (1992), "Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure". *Accounting, Organisations and Society*. Vol. 17. No. 6: 595-612.
- Rosmasita, Hardhina. (2007), "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (*Social Disclosure*) dalam Laporan Keuangan tahunan Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta". *Paper*. FE UII Yogyakarta.
- Sabeni, Arifin. (2005), "Peran Akuntan Dalam Menegakkan Prinsip *Good Corporate Governance* Pada Perusahaan Di Indonesia (Tinjauan Perspektif Teori Keagenan)". *Pidato Pengukuhan Guru Besar Universitas Diponegoro*. Semarang
- Sembiring, Eddy. (2005), "Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan tanggung Jawab Sosial : Study Empiris Pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta", *Simposium Nasional Akuntansi VIII*, Solo. 15-16 Desember 2005.
- Schlenker, B. (1980), "*Impression Management. The Self-Concept, Social Identity, and Interpersonal Relations*". Monterey, CA.: Brooks/Cole Publishing
- Sitepu, Andre Christian,. Siregar, Hasan Sakti. (2009), "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Tahunan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa efek Jakarta". *Jurnal Akuntansi 19*.
- Solihin, Ismail. (2009), "*Corporate Sosial Responsibility from Charity to Suistainability*". Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Sulastini, Sri. (2007). "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Social Disclosure Perusahaan Manufaktur yang Telah Go Public". *Paper*.
- Susanto, AB.. 2003, "Mengembangkan Corporate Social Responsibility di Indonesia", *Jurnal Reformasi Ekonomi*, Vol. 4, No. 1.
- Ujiantho, Arif Muh. dan B.A. Pramuka. (2007), "Mekanisme *Corporate Governance*, Manajemen Laba dan Kinerja Keuangan." *Simposium Nasional Akuntansi X, IAI, Makasar 2007*
- Undang-Undang No. 40 Tahun (2007), tentang *Perseroan Terbatas*.

Usman, Marzuki.,Dkk., (1990), "*ABC Pasar Modal Indonesia*", Lembaga Pengembangan
Perbakan Indonesia dan ISEI Cabang Jakarta.

Utomo Muhammad, Muslim. (2000), *Praktek Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan
Perusahaan di Indonesia (Studi Perbandingan antara Perusahaan High Profile dan Low
Profile)*. Yayasan Mitra Mandiri.

www.bapepam.co.id

www.idx.co.id